



GOURMET

PLACERES

Año 02 | N° 13 | 2025



KAREN ÁLVAREZ

Construyendo caminos en la coctelería



INTIPALKA

NACIMOS BAJO EL SOL

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I





C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O

Los blancos están de moda

Siempre se dijo que Argentina no era tierra de blancos. Al menos eso escuchaba en catas con algunos colegas. Pero esta afirmación viene cayendo en saco roto desde hace años, cuando los vinos blancos argentinos comenzaron a cosechar puntajes soñados en cuanto concurso se presentaban. Hoy, hablar de blancos rioplatenses es sinónimo de calidad. Y particularmente una bodega que le ha puesto un especial enfoque en este tipo de vino es Nieto Senetiner, que en todas sus líneas se nota el buen trabajo que realizan. Para los que no están familiarizados con esta firma, hay que mencionar que es una bodega argentina referente en el mundo, por la cercanía al consumidor, su alto prestigio y una fuerte tradición familiar. El recinto se encuentra en el corazón de Luján de Cuyo, en el Valle de Vistalba, a 900 metros sobre el nivel del mar. Históricamente conocida como Primera Zona, Luján de Cuyo se destaca en la provincia de Mendoza por sus condiciones extraordinarias para el óptimo desarrollo de uvas de alta calidad.

Conscientes del valor que representan los viñedos, esta ubicación estratégica les permite abastecerse de la materia prima necesaria para elaborar nuestros vinos. Las características particulares del suelo y del clima de las casi 400 hectáreas en Luján de Cuyo, sumados al expertise de su gente en la elaboración de grandes vinos, permite que cada variedad de uva encuentre su máxima expresión. Allí entra a tallar el arte de Santiago Mayorga, el joven enólogo que viene destacando en la vitivinicultura argentina. Todo comienza con su línea Don Nicanor Chardonnay, que nace en los viñedos de Uco y pasa 10 meses en barricas de roble francés para el 50% del vino. De color amarillo con reflejos verdosos, expresa elegantes aromas a flores blancas, cítricos y tropicales. Aparecen algunas notas de manteca y caramelo provenientes de su paso por madera. En boca es amable, fresco y untuoso. En esta línea también está el Gewürztraminer. Aquí se inspiraron buscando un vino blanco dulce natural, y que sea gastronómico. A la vista, presenta un atractivo color amarillo acerado. En nariz, sus aromas son de flores blancas, agua de azahar, miel y mineralidad. Es complejo, pero a la vez sutil y elegante. En boca tiene una buena relación de azúcar y acidez que le da frescura y largo fi-

nal. Presenta muy buen cuerpo gracias a su guarda en barricas de roble usadas que le dan longevidad.

De allí pasamos a la línea Nieto Senetiner Reserva, donde resalta un semillón proveniente de Tupungato. Este vino pasa 10 meses de fermentación en barricas para el 30% del vino. Tiene un color amarillo verdoso. En nariz presenta delicadas notas a flores blancas, frutas cítricas, hierbas frescas y notas minerales. La madera está muy integrada, pero le aporta volumen y textura en boca. Es un vino fresco y complejo. Posteriormente pasamos a la línea Nieto Senetiner. Allí destaca el Bend Collection. Es un blend de 30% Sauvignon Blanc, 30% Chardonnay, 20% Viognier y 20% Semillón. Tiene un color amarillo verdoso y brillante. En nariz se aprecian notas a flores blancas, hierbas, cítricos y frutas tropicales. Es un vino muy complejo y fresco. En boca su acidez marca frescura y vibrancia, asimismo tiene buen cuerpo y un largo final. Un vino con amplias opciones de maridaje. Cabe destacar que en esta línea también hay un rosado llamado Believe Rosé, que es un blend de malbec y pinot noir. Tiene un color rosa pálido tipo piel de cebolla. Sus aromas recuerdan a la manzana roja, flores blancas y frutas cítricas. En boca es fino, filoso y refrescante. Ideal para la cocina peruana.

En la línea Nieto Senetiner sobresale un chardonnay que pasa seis meses en contacto con madera. Es un vino amarillo claro con tintes verdosos. Se destacan sus aromas a frutos tropicales como el mango, además de la frescura cítrica de sus aromas. En boca denota su paso por barricas con notas cremosas, acidez refrescante y final largo. Hay que mencionar que en la línea Emilia, tienen también un chardonnay, un sauvignon blanc, un moscatel dulce y un rosé dulce. En la línea Fran también se puede disfrutar de un chardonnay. ¡Salud con los blancos!



John Santa Cruz Manco
Director



BARCELÓ IMPERIAL

Rare Blends



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

CONTENIDO

16

CONSTRUYENDO CAMINOS EN LA COCTELERÍA



22

VINOS SIN MAQUILLAJE



26

VINOS DE FAMILIA



30

MATICES DEL MALBEC



36

CATENA ZAPATA: ÉXITO ROTUNDO



40

EL MOMENTO DEL VINO ESPAÑOL





BY CONCEPTO PLACER

HAZTE Fan



① MOJITO
② NEGRONI
③ MARTINI

+51 914 324 987
@: CONCEPTOPLACERPERU

① MOJITO
② NEGRONI
③ MARTINI

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Decanter

WINES OF THE YEAR 2023

Juvé & Camps

RESERVA
DE LA FAMILIA

BRUT NATURE
GRAN RESERVA



Importado y Distribuido por
L.C. GROUP SAC

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

LA MATERIA



NO SE CREA NI SE DESTRUYE



SOLO SE TRANSFORMA



RECICLAMOS UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe



STAFF

Director General
John Santa Cruz Manco

Editora General
Valeria Isabel Burga Bobadilla

Editora Web
Fabiana Deekes Ibárburu

Diseñador Gráfico
Gustavo Panta Vera

Redactores
Alex García
Facundo Carrasco
Milagros Casas I.
Samuel Hurtado
Aaron Plasencia
Sara Rios

Producción
Joaquín Cruzado
Pilar Lopez
Juan Paul Manco
Jean Perez Centeno
Claudia Aguilar
Jacqueline Torres

Fotografía
Jaime Cuellar
Cristhian Cisneros
Mia Pinedo
Samantha Robles
Santiago Rodriguez
Daniel Yong

Webmaster
Erick Cajas

Community Management
Valeria Infante
Ximena Vilela
Luvanné Yaranga

Columnistas
Claudia Aguilar
Karen Alvarez
Rosa Bonilla
María Elena Cárdenas
Silvia de Tomás
Soledad Marroquín
Livio Pastorino
Jasmine Rincón
Juan Pablo Robles



El *sabor* de los encuentros.

Mahou



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



LLEVA LA ADRENALINA

Tecnología, estilo y pasión por la Fórmula 1 se fusionan en una línea exclusiva para los fanáticos peruanos. adidas y el equipo Mercedes-AMG PETRONAS F1 Team presentan su primera colección de ropa deportiva y estilo de vida, diseñada para aficionados y atletas del automovilismo. Esta exclusiva línea, que combina tecnología de alto rendimiento y diseño inspirado en la velocidad, ya está disponible en Perú. La nueva colección equipa no solo a los pilotos George Russell y Kimi Antonelli, sino también a ingenieros, mecánicos y personal clave dentro de la Fórmula 1. Además, los aficionados podrán llevar prendas inspiradas en el equipo, con diseños en negro, blanco y los icónicos tonos verde azulado de Mercedes-AMG PETRONAS F1 Team.

PERÚ INFINITO

La Serie Xiaomi 14T redefine la producción audiovisual en Perú, mostrando que un smartphone puede capturar la esencia del país con calidad cinematográfica. Xiaomi continúa revolucionando la tecnología con su Serie Xiaomi 14T, demostrando que un smartphone puede convertirse en una poderosa herramienta para la producción audiovisual. En esta ocasión, la marca ha sido parte de la presentación del documental «Perú Infinito», un proyecto que captura la riqueza natural y cultural del país a través de paisajes impresionantes y una narrativa cautivadora. El documental ha demostrado que es posible capturar imágenes con calidad cinematográfica utilizando la tecnología de un teléfono móvil.

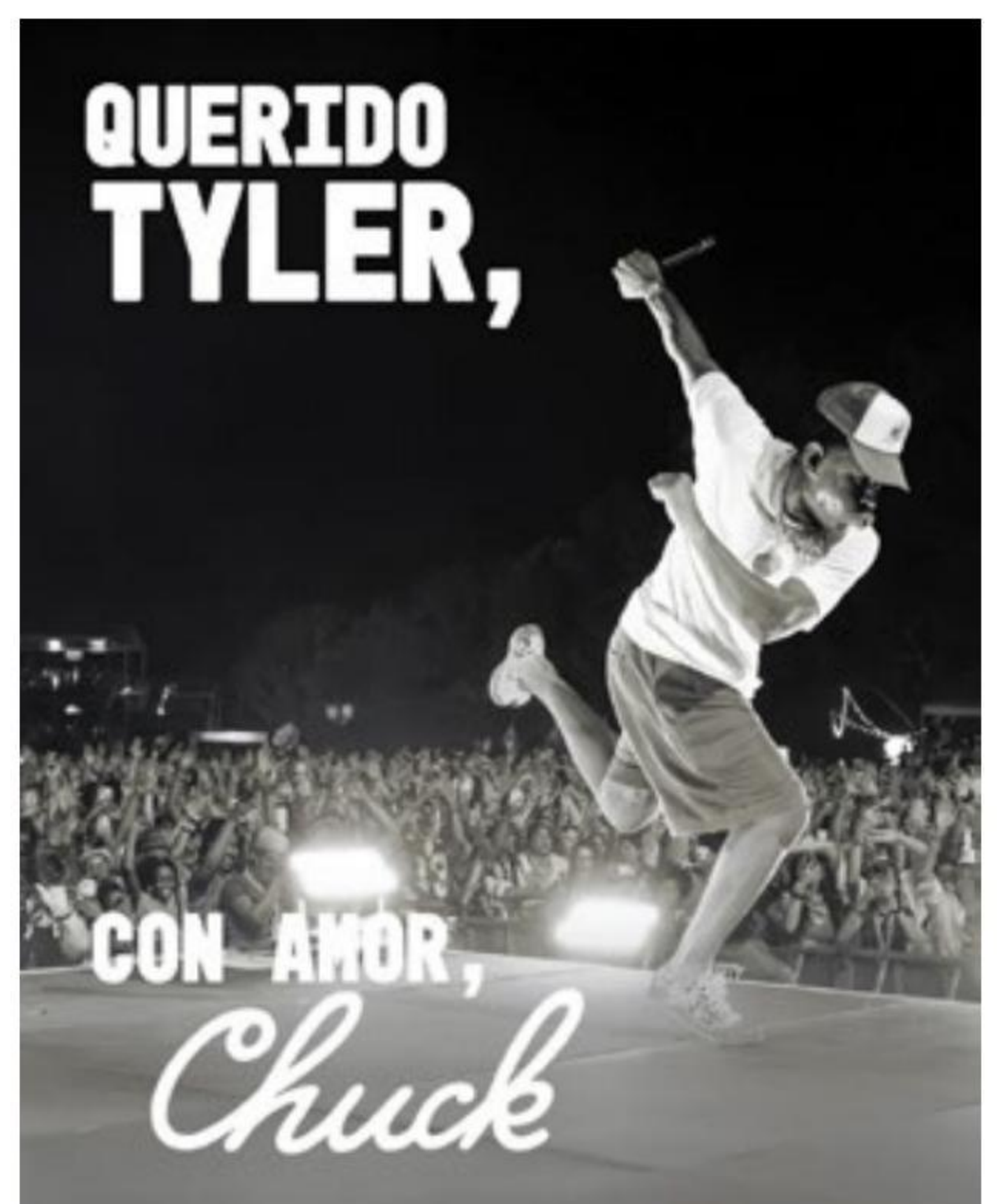


VIGOR MUSICAL

Tate McRae ha logrado debutar en la cima de Billboard 200 con más de 137 millones de reproducciones con el lanzamiento de su tercer álbum de estudio So Close To What. Este logro marca un gran avance para la cantante, compositora y bailarina canadiense, consolidándose como una de las artistas más destacadas del pop actual. Después del éxito de su álbum Think Later (2023), McRae ha logrado defender su lugar en la industria musical. Su sencillo «It's Ok I'm Ok», lanzado en septiembre de 2024, alcanzó el número 20 en el Billboard Hot 100, y su permanencia en las listas ha sido clave para esta nueva etapa de su carrera.

LOVE CHUCK

Desde las canchas de baloncesto hasta los escenarios del rock, las Chuck Taylor All Star han trascendido generaciones y culturas, convirtiéndose en un ícono de la moda y la autoexpresión personal. Este 2025, Converse revive su legado con la campaña «Love Chuck», una celebración de la autenticidad y el impacto cultural de estas icónicas zapatillas. Para muchos, no son solo un calzado, sino una declaración de identidad y pertenencia. Desde atletas hasta músicos y artistas, estas zapatillas han acompañado a generaciones de personas en su búsqueda de libertad y autodescubrimiento.





Compra en línea en www.maderomarket.pe |  [maderomarketperu](https://www.instagram.com/maderomarketperu)

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DANINO



NUEVAS EXPERIENCIAS

Diseño deportivo, tecnología avanzada y eficiencia para redefinir el mercado. Volkswagen presenta en el Perú el nuevo Nivus, un SUV coupé que combina la versatilidad de un SUV con el estilo dinámico y deportivo de un coupé. Este modelo llega para redefinir el segmento de SUV compactos, destacándose por su diseño innovador, tecnología de última generación y su gran eficiencia en el consumo de combustible. Está diseñado pensando en un público joven y conectado, que busca funcionalidad sin renunciar al estilo. Descubre el nuevo Nivus y redefine tu experiencia de conducción. Para más información, visita volkswagen.com.pe.

THRILLER RETROFUTURISTA

La esperada película Estado Eléctrico, ambientado en una versión alternativa de los años 90, sigue a una adolescente huérfana que se embarca en una peligrosa travesía en busca de su hermano, acompañado de un robot animado y un contrabandista de poca monta. Millie Bobby Brown (Stranger Things) interpreta a Michelle, una joven que, junto a un robot llamado Cosmo, atraviesa un Estados Unidos post-insurgencia robótica para descubrir el destino de su hermano menor. El reparto también incluye a Chris Pratt (Guardianes de la Galaxia), Ke Huy Quan, Giancarlo Esposito y Stanley Tucci, además de las voces de Anthony Mackie, Woody Harrelson y Brian Cox.



SECUELA ESPERADA

Prime Video ha revelado el avance y las primeras imágenes de Otro Pequeño Favor, la secuela de la exitosa película Un Pequeño Favor. Producida por Amazon MGM Studios, la cinta se estrenará a través de Prime Video el 01 de mayo. En Otro Pequeño Favor, Anna Kendrick retoma su papel como Stephanie Smothers, mientras que Blake Lively interpreta nuevamente a Emily Nelson. Esta vez, el dúo se reencuentra en la pintoresca isla de Capri, Italia, para asistir a la fastuosa boda de Emily con un empresario italiano. Sin embargo, lo que prometía ser un evento lujoso se transforma en un misterio lleno de giros inesperados, traiciones y hasta asesinato, manteniendo el suspenso al máximo en este thriller con toques de comedia.

TESORO HISTÓRICO

Palacio Nazarenas, A Belmond Hotel, es un icónico destino en Cusco que combina historia, lujo y gastronomía de alto nivel. Este antiguo convento del siglo XVII, ubicado en el corazón de la ciudad, ofrece una impresionante arquitectura que incluye frescos coloniales, muros incas y una exquisita colección de arte. Es el lugar ideal para quienes buscan una experiencia única y memorable en una de las ciudades más históricas del mundo. Recientemente, Palacio Nazarenas y Mauka fueron incluidos en la prestigiosa guía 50 Best Discovery de The World's 50 Best, una lista que destaca los mejores hoteles, bares y restaurantes del mundo. Esta inclusión consolida al hotel y al restaurante como referentes en la hospitalidad y gastronomía en Cusco, resaltando el talento local y su compromiso con la excelencia.



Importado y Distribuido por
L.C. GROUP SAC

RON CENTENARIO

EL RON DE COSTA RICA



*Añejado
por la Naturaleza*

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Construyendo caminos en la coctelería

Karen Alvarez es más que la Regional Brand Ambassador de Flor de Caña. Dejó su natal Trujillo para venir a la capital y hacerse un nombre en la industria de la coctelería. Logró todo que se propuso y hoy viaja por el mundo educando sobre la marca que representa, pero también desde un espacio personal como mujer que inspira a otros a seguir sus sueños.

Escribe: Valeria Burga

do

n





Cuéntanos sobre ti. ¿Cómo incursionaste en esta industria?

Estudié turismo en la universidad. Debía hacer prácticas preprofesionales, postulé como mesera, pero solo había espacio como ayudante de bar. Me gustó mucho, así que comencé a pedir libros por Amazon, estudiar y leer sobre el tema. Dejé de ser ayudante para empezar como bartender. Me hice amiga

de los clientes que acudían al lugar y vi la oportunidad de hacer un negocio de catering. Llamé a algunas amigas, las capacité sobre coctelería y nos volvimos una empresa consolidada. Con el tiempo fundé el bar Boticario junto a mi amigo, quien lo lidera actualmente. También tenía un pequeño segmento en la televisión, donde algunas veces salía preparando cócteles.

¿Por qué decides mudarte a Lima?

Sentí que ya había hecho todo en Trujillo, puse mi granito de arena para que la industria avance, y hoy me alegra ver que existe una comunidad bastante grande y consolidada. Vendí mis cosas y viajé por Europa. Después decidí mudarme a Lima. Postulé para ser bartender en un restaurante, sin embargo, a los meses me llamaron para hacer el proceso de selección de embajador de Flor de Caña. Cabe resaltar que en 2016 participé en diversos concursos de coctelería como el World Class, Absolut Vodka y Havana Club. Mi intención siempre fue hacerme conocida en el rubro.

¿Qué acciones desarrollaste con Flor de Caña desde tu posición como embajadora en Perú?

Un día nos dieron un taller que se llamaba Piensa Fuera de la Caja, donde podías proponer proyectos para cubrir una necesidad. En provincia, para mí siempre fue difícil capacitarme, venir a la convención de Clase Maestra, entre otras cosas. Las marcas estaban muy centralizadas en Lima. Es allí que se me ocurre desarrollar un proyecto que lleve capacitaciones de las marcas por medio de sus embajadores y de forma gratuita a las provincias. Hicimos un podcast llamado Bartenders en Movimiento que sigue en marcha

hasta hoy, aunque ya no formo parte de él. Incluso, una vez nos nominaron a los Premios Luces.

¿Cómo diste el salto a ser Regional Brand Ambassador de Sudamérica?

Soy la primera peruana en este puesto, el cual se creó porque había una necesidad del crecimiento de la marca a nivel regional. Aquí estoy tres años después. Tengo un equipo de cinco embajadores, uno en cada país, a quienes considero personas espectaculares. Para mí ha sido un reto manejar equipos a distancia. El spotlight mundial está en Sudamérica a nivel de coctelería actualmente.

¿Qué es lo que más te gusta de Flor de Caña?

Es una marca muy transparente hacia el consumidor final. Me gusta que sea sostenible, preocupada por el medio ambiente y, sobre todo, con la sinceridad por delante. A nosotros nos llevan una vez al año a la destilería, y nos muestran de qué forma se implementa la sostenibilidad. Todos los años hay una mejora. Es un producto cuyo portafolio es de alta calidad.

Coméntanos en qué consiste Flor de Caña Experience

Es una tienda de experiencia donde la gente va a poder disfrutar de crear su propio ron, conocer más de la marca, catar Flor



de Caña en todas sus variedades, maridarlos con cacao peruano y probar ron directamente desde la barrica. Todo esto de una manera dinámica y divertida.

¿Qué te gustaría desarrollar próximamente a nivel personal?

Ahora que tengo una columna en Revista Placeres, siento que es un sueño personal realizado. Al paralelo, me gustaría dar un seminario o una charla en alguna convención de bartenders sobre mis aprendizajes en la región,

sobre cómo Sudamérica ha evolucionado en la coctelería y bares en los últimos años.

¿Qué mensaje le darías a las mujeres bartenders o quienes están iniciando en la coctelería?

Que sigan capacitándose, aprendiendo e inspirando. Cuando uno hace lo que le gusta, ya está inspirando, porque transmite pasión, exigencia y creatividad. Las metas grandes se logran con sueños grandes, pero con pasos pequeños.

La chica del vino y +

Por *María Elena Cárdenas*

*Sommelier WSET 3



S/186.00



**RON MILLONARIO
10 ANIVERSARIO CINCUENTA**

S/96.90



**MARQUÉS DE RISCAL
RESERVA**

S/55.00



**SIDRA LA MALA
MANZANA-PITAHAYA**

Desde la hacienda chiclayana donde lo produce, Ron Millonario presenta el último y el ultra premium de su portafolio. Cuenta con la particularidad de tener un 50% de volumen de alcohol. Pasa por barrica, lo que permite que el ron redondee, afine y suavice esa potencia alcohólica. Una expresiva nariz con notas a chocolate, pecanas, almendras y en boca potente, cálido y sedoso, con mucho cacao, frutos secos, piel de naranja deshidratada, toffee y vainilla. La sugerencia de maridaje es algún queso fuerte como el Gorgonzola o un manchego curado. Lo probé con un trozo de chocolate bitter con almendras. En otra oportunidad lo acompañé con un postre japonés llamado 'yuca mochi' o budín de yuca. A la venta en Almendariz, El Pozito, Sumon, Darío, La Fontana, Disenzo, La Viniteca, La Canastería, Alfio, Via Vinum, Black Bull, y supermercados Wong y Tottus

Probamos este clásico de la Rioja Alavesa, elaborado principalmente con uva Tempranillo y un ligero aporte de Graciano. Envejece en barricas de roble americano durante aproximadamente 24 meses, seguido de un periodo en botella que permite afinar más sus cualidades. Una nariz con aromas complejos de frutas rojas maduras, vainilla, especias dulces y un sutil toque de cuero y tabaco. Una boca suave y equilibrada, con taninos sedosos y una acidez bien integrada con notas especiadas y tostadas, final largo y elegante. Lo probé con un costillar de cordero y quedó muy bien. Funciona para acompañar carnes rojas de largas cocciones, quesos curados y charcutería como jamón serrano. Pueden conseguirlo en <https://perufarma.com.pe/> y principales supermercados y licorerías.

La sidra proviene del latín 'sicera' que significa 'bebida embriagadora' y fabricada principalmente por manzana y pera. En este caso, Piero Peirano y Manuel Carrasco decidieron acompañar la manzana con pitahaya o 'fruta del dragón', logrando una bebida espumosa con las características propias de la manzana y algunas notas que me recuerdan al melón y algo de fruta de hueso. Su dulzor y rica acidez lo hacen sumamente agradable y fácil de tomar, sobre todo en estos días de calor y seguro harán que sea una de las bebidas favoritas en las mesas peruanas. La probé con una tabla de quesos y charcutería y me encantó la explosión de sabores cuando lo maridé con el manchego semi curado. Además, creo que es un buen acompañante para postres como cheesecake de frutos rojos. Lo encuentran en @lamala.pe.

Esta vez tenemos dos bebidas peruanas en nuestra columna, una bebida tan refrescante y vibrante como la sidra y otra cálida y compleja como el ron. Además, dos vinos españoles de diferentes lugares y expresiones, y dos argentinos: uno blanco fresco y un lindo tinto que expresa muy bien el terroir. Disfruten de esta edición y de estas bebidas.

S/60.00



**ZORZAL TERROIR ÚNICO
CABERMET FRANC**

Este Cabernet Franc producido por Juan Pablo Michelini de Zorzal Vineyards & Winery busca expresar la autenticidad del terroir, con uvas que provienen de Gualtallary y Tupungato en el Valle de Uco. Es elaborado con levaduras nativas y criado en piletas de cemento durante cuatro meses. Un profundo color violeta, lleno de aromas a frutos rojos como frambuesas y cerezas y notas especiadas como pimienta negra. En boca cierta nota mentolada y los frutos rojos se hacen más presentes acompañados de cierta mineralidad. Una textura 'granulosa' y con un tanino amable. Una rica acidez y un largo final. Lo probé solo y disfruté cada sorbo. Luego lo maridé con un bife de chorizo con verduras grilladas. Deliciosa combinación. Lo encuentran directamente en <http://www.vaku.com.pe/>

S/96.00



**CLOS DE LOJEN
BOBAL 2021**

Desde la DO Manchuela en Castilla-La Mancha (España), donde se ubica Bodegas y viñedos Ponce, nos llega este vino producido de uva Bobal de vides viejas. Un vino muy expresivo en nariz y en boca que nos muestra frutos del bosque, frambuesas, cerezas, moras, arándanos y saúco; muchos de ellos expresados en yogurt, hierbas y especias como eneldo y tomillo. Podemos encontrar algo de sedimento porque no es filtrado ni clarificado. Es importante resaltar que este vino, como todos los de la bodega, son trabajados de manera ecológica y biodinámica. Es fermentado en fudres de 10000 litros, y el proceso de crianza lo hace en fudres de 4500, 10000 y 15000 litros muy usados por un tiempo de 6 meses. Acompañó muy bien un corte de chancho Duroc con guarnición de unas berenjenas escabechadas, así como con un ojo de bife a la parrilla. Lo pueden conseguir en @nomadtasterperu.

S/116.00



**ANIMAL
CHARDONNAY 2024**

Nos llegó este Chardonnay de altura, ya que las uvas provienen de viñedos de Gualtallary en el Valle de Uco. Este vino es fermentado en roble, el 70% en francés y el 30% en americano. Luego pasa 6 meses en barrica. Una rica nariz con notas a cáscara de limón, yogurt de durazno, piña madura, maracuyá, y notas de roble y vainilla muy presentes. Lo probé con una causa de langostinos y arroz con mariscos. Me parece que, con otros platos marinos como unas conchitas a la parmesana o un risotto, funciona muy bien. Lo encuentran en la tienda Concepto Placer dentro del Swissotel y en la página www.conceptoplacer.com



VINOS SIN MAQUILLAJE

Lo nuevo que trae Madero Market a Perú es Inconsciente, la línea de vinos con fermentación y crianza en huevos de concreto para lograr una expresión cada vez más genuina. Sauvignon Blanc, Merlot Rose, Criolla y Malbec de la montaña que transmiten el amor por el fruto de la tierra, respetando su esencia natural.

Tradición y modernidad se entrelazan en el Valle de Uco, acercándonos a vinos cada vez más auténticos que reflejan el espíritu fresco de esta parte del mundo vitivinícola. En psicología, el inconsciente es esa dimensión más verdadera, que está detrás de todo lo que hacemos, pensamos y sentimos. Se expresa a través de mecanismos, chistes, sueños y tiene que ver con ese espacio interno en el que somos auténticos. Inconsciente es una línea de vinos sin maquillaje, donde el viñedo transmite el carácter más puro de sus frutos. Una honestidad que atraviesa los sen-





tidos y nos invita a visitar ese lugar en el que, libres de mandatos y prejuicios, se disfruta de una copa de vino.

Eugenia Luka de Finca Sophenia es la mente detrás de este proyecto. Ella pertenece a la segunda generación de una empresa familiar donde las decisiones siempre se basaron en el mérito y no en el género. Estuvo ligada a la bodega desde el principio. El nombre de Sophenia combina su nombre con el de Sofía, su mejor amiga, hija del socio de su papá. Cuando terminó el secundario, Eugenia estudió Psicología, obtuvo el título de Licenciada y se fue formando en el mundo del vino para incorporarse formalmente a la bodega. Durante su gestión acompañó el lanzamiento de vinos como Antisynthesis, una serie de co-fermentaciones

en partidas limitadas; así como el nacimiento de nuevas líneas completas como Karma e Inconsciente.

La fermentación en huevos de concreto es una técnica innovadora que logra vinos que respetan la tipicidad de cada cepa,

sin interferencias. Por la naturaleza porosa del material, ayuda a la microoxigenación natural sin aportar taninos ni aromas. Inconsciente busca compartir el carácter del Valle de Uco en su estado más puro. Por ello, el resultado son vinos más ligeros, redondos en boca, donde se presenta el varietal bien expresivo, con mucha fruta y frescura. Merlot Rosé nace en viñedos orgánicos que cosechan de forma manual y prensan de forma inmediata, buscando el mínimo contacto entre pieles y mosto. De color rosa brillante, en nariz se presentan aromas a frutas rojas como frutilla y cereza, en boca la acidez marca el recorrido en el tiempo, con un regusto jugoso que hace recordar a ciruelas.

En Inconsciente Criolla honran la historia de la viticultura del Valle de Uco. Encontraron en un viñedo antiguo de Vista Flores plantas centenarias de Criolla Chica que los enamoraron por su madurez y carácter. Una vez





en bodega fermentan en huevos de concreto, lo que les asegura la expresión más pura de la cepa. El resultado es un vino fresco y liviano, ideal para disfrutar un tinto en días cálidos, y viajar a través de los sentidos a esos primeros viñedos que iniciaron la historia de la viticultura argentina. El verano nos pide vinos livianos que acompañen el clima y la cantidad de encuentros de la época. Inconsciente Sauvignon Blanc es un vino orgánico, vegano y de baja graduación alcohó-

lica. Con seis meses de crianza en huevos de concreto, captura la esencia natural de la cepa, con notas cítricas, florales y minerales características Gualtallary. Un vino fresco ideal para disfrutar solo o acompañando platos ligeros.

Finalmente, el icónico Malbec proviene de 1200 metros sobre el nivel del mar. Suelos de origen aluvional, de estructura suelta y muy permeables. Selección de zonas franco arenosas. Con seis

meses de crianza en huevo de concreto, a la vista presenta notas violáceas típicas del Malbec de montaña. En nariz se perciben notas de ciruela, guinda y rosas, luego aparecen notas especiadas. En boca ingresa con taninos finos y suaves que marcan una textura típica de Gualtallary. ¡Anímate a probar vinos con esencia singular gracias a Inconsciente! Pronto en diversos restaurantes de nuestro país gracias a Madero Market (@maderomarketperu).

Vinos de Familia

Luis Felipe Edwards es una viña icónica en Chile. Este proyecto familiar, que llega a Perú gracias a Lamartrade, representa la calidad y los valores de tradición en cada una de sus etiquetas que, además, son veganas. Hoy te presentamos Pater, una experiencia enológica en su máxima expresión.



La viña de propiedad y administración familiar más grande de Chile es, sin lugar a dudas, Luis Felipe Edwards. Fundada en 1976, se compone de más de 2000 hectáreas de terrenos privilegiados en diferentes locaciones que se benefician de microclimas ideales para el cultivo de la uva: Valle de Colchagua, Valle de Leyda y Valle del Maule. Es el tercer exportador de vino más grande de Chile, lo que lo ha llevado a posicionarse en más de 100 países de todo el mundo incluyendo el nuestro. Luis Felipe Edwards se caracteriza por continuar su legado familiar, siendo una bodega gestionada con dos

generaciones activamente involucradas en resguardar la marca como sinónimo de calidad y valores de tradición familiar. La consistente calidad de sus vinos se refleja en cada botella. Ello ha sido fundamental para su éxito y crecimiento continuo que perdura en la era contemporánea.

Un dato no menor y sumamente importante en Luis Felipe Edwards es la elaboración de los vinos aptos para veganos tanto en tintos como en blancos. Al igual que los vinos convencionales, los vinos veganos se elaboran fundamentalmente a partir de uvas y levaduras, utilizando los mismos principios de vinificación.





La razón por la que todos los vinos no son veganos tiene que ver con cómo se clarifica. Se utiliza una variedad de agentes clarificantes para apoyar al proceso con productos de origen animal como gelatina, claras de huevo o caseína de leche, lo que puede impedir que un vino se comercialice como vegano.

Después de la fermentación,

el vino generalmente contiene partículas microscópicas que pueden hacer que parezca turbio. Si bien estas partículas son inofensivas, los consumidores generalmente prefieren que los vinos sean brillantes en lugar de turbios o brumosos, por lo que la clarificación se ha utilizado durante mucho tiempo para producir vinos de calidad y estabilidad. Mediante el uso de

agentes clarificantes minerales y vegetales, como la bentonita y la proteína de guisante, Luis Felipe Edwards logra desmarcarse de lo convencional y adaptarse a las tendencias actuales. Hoy, es cada vez mayor la población vegana que busca etiquetas que se adapten a su preferencia.

No podemos hablar de esta bodega familiar sin mencionar Prestige, la unión entre etiquetas de vinos únicos elaborados a mano cuidadosamente con el fin de expresar la más pura esencia del estilo de vinificación de Luis Felipe Edwards. Aquí vamos a destacar Pater, el vino ícono de la viña y la expresión máxima de Cabernet Sauvignon (variedad más plantada en Chile) de Luis Felipe Edwards, proveniente de sus viñedos en las escarpadas montañas de Puquillay Alto, en



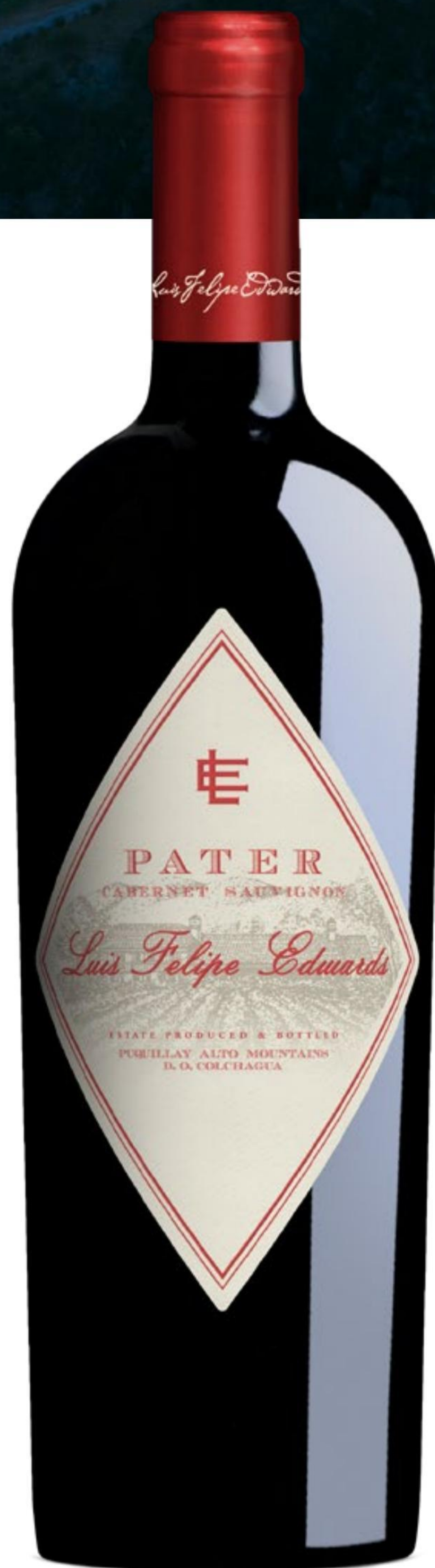


el corazón del Valle de Colchagua. Este legado de décadas de búsqueda de excelencia refleja la unión permanente y en evolución entre el hombre y el terroir.

En nariz, este vino despliega un bouquet exuberante de notas florales de violeta, frutos rojos y negros maduros como moras y ci-

ruelas jugosas, acompañados por un sutil toque de vainilla y moca. En boca, es sedoso y suave con un toque especiado que añade complejidad. La vibrante acidez presente en el paladar complementa y ensambla a la perfección con la madera que, aunque está presente, logra mantenerse integrada de manera magistral, permitiendo que la fruta se exprese en toda su plenitud.

Pater está en Perú gracias a Lamartrade (@lamartradeperu), aunque cabe mencionar otras etiquetas de Prestige que también destacan por su equilibrio y calidad: Doña Bernarda, LFE900, CIEN y 360° Series. Otros vinos del portafolio son Marea del Valle de Leyda, Malblanc (blanc de Malbec), Cinso (Cinsault), Paí (País) y un Late Harvest (Viognier). Viña Luis Felipe Edwards ha sido merecedora de trofeos y medallas en los más prestigiosos concursos, y es reconocida por ser una de las mejores casas productoras de vino de Chile y del nuevo mundo. ¿Te atreves a probar el prestigio en una copa?





MATICES DEL MALBEC

Madero Market continúa abriéndose paso en los restaurantes de la capital con sus vinos boutique. Occidente Malbec y Finca Abril Terra Malbec son algunas de las etiquetas que podemos encontrar en Gour Meat, donde acompañan lo mejor de las parrillas argentinas.

Escribe: Valeria Burga

Fotos: Daniel Yong

Los vinos argentinos pisan fuerte en nuestro país, especialmente en la escena gastronómica donde las importadoras han apostado por traer etiquetas innovadoras que le dan un giro de 360°. Una de ellas es Madero Market a cargo de Franco Galian, quien se ha preocupado por seleccionar vinos argentinos que vayan con su estilo «sin maquillaje», es decir, que expresen el terroir y lo mejor de cada variedad. En esta búsqueda por conquistar los restaurantes, lle-



gó a Gour Meat, templo de las parrillas argentinas donde Roberto Boyle tiene la filosofía de impulsar el consumo del vino para que la gente experimente los maridajes bajo un precio-calidad. «Mi negocio no es la venta de vino, sino las carnes. Lo que yo quiero es que el cliente disfrute de la gastronomía con un vino de muy buen nivel», señala.

Uno de los vinos que encontramos por aquí es Occidente Malbec de la bodega Puna. Es su línea de entrada, elaborada a dos mil metros sobre el nivel del mar. Aborda tres valles diferentes: Calchaquies, Catamarca y Salta. Este es un vino versátil con acidez bastante equilibrada. Permite que se pueda salivar por un periodo considerado de tiempo, lo cual es perfecto para todo tipo de parrillas y cortes. Toda la línea de Puna va ligada con el tema astrológico y va ganando fuerza en el mercado porque escapa de la zona de confort de los vinos argentinos que provienen de Mendoza. En Salta, donde es originario, desafían la altura y nos traen vinos con más potencia y carácter.

El Malbec nunca pasará de moda, menos para el peruano que relaciona esta variedad con Argentina y con todo tipo de carnes. Ese es un valor agregado para el restaurante, según comenta Roberto, pues el con-



sumidor local siempre ha visto a Argentina como referente de grandes vinos. «Lo recomiendo más con un bife angosto que no tiene tanta grasa intermuscular, cortes un poquito más magros para equilibrarlos y no tener esta potencia que puede tener un bife ancho americano, por ejemplo. Entonces, como vino de entrada, para comenzar con unas mollejas, unos chorizos, unos quesos o empanadas, va perfectamente. Lo bueno que te dan estos vinos de altura también es que, a pesar de no tener

un paso por barrica, presentan peso en boca», agrega.

Otra etiqueta a resaltar es Finca Abril Terra Malbec. Esta es una bodega tradicional y boutique como todas las que conforman el portafolio de Madero Market. Proviene de La Consulta, Valle de Uco, Mendoza. El 30% del vino tiene un paso por barrica de segundo uso para solamente ser un acompañamiento a la hora de estar en copa. «Todo lo que buscas en un Malbec está en Terra. Acompaña mejor un

corte como un bife angosto o una entraña, porque la cantidad de grasa con el afrutado del vino y la frescura, balancea muy bien el maridaje en boca. Además, es un clásico. No va a fallar», concluye Roberto. Si te animas a probar vinos diferentes junto a excelentes cortes de carne, date una vuelta por uno de los locales de Gour Meat en Av.Primavera 283, San Borja y Av.La Mar 1097, Miraflores. Síguelos como @gourmeatperu y @maderomarketperu.

La alquimia de Flor Rey

Por Soledad Marroquín*

Esta columna conmemora el 08 de marzo, fecha que honra los avances y logros que están alcanzando las mujeres desde sus diversos espacios, con esmero y sacrificio porque ser mujer aún implica triple esfuerzo. El 2024 fue un gran año para Florencia Rey, head sommelier de Maido. Ella tiene alma de alquimista y trabaja los maridajes más asombrosos que se puedan imaginar. Un año intenso en todos los aspectos de su vida, tratando de equilibrar lo profesional con ser esposa y madre de Juani que ya tiene 9 años. Aprendió a decir no sin culpas, mas no a la creación de maridajes, 12 en total, casi uno por mes, empleando etiquetas de producción pequeña e interesantes de mostrar pero que al agotarse queda la tarea de buscar otro vino que acompañe al plato que sigue en el menú.

«El cansancio es más mental que físico», explica Flor. Al crear maridajes se pone mucho foco, además de atender las otras tareas de su cargo. Ella trabaja las propuestas según la estación. Como bien dice, no se siente igual en verano que en invierno, con sol o frío la energía es otra y busca transmitirla en lo que escoge y ofrece al cliente. Le pasa también con el café que elige según los lotes de acuerdo con los perfiles. Se considera la directora del mundo líquido de Maido y, con todo mérito, sus maridajes sin alcohol son impresionantes. Me consta, pues los he disfrutado con asombro no solo por la calidad, el refinamiento y la creatividad; sino por la recreación de las bebidas sin la presencia de alcohol. El bar de Maido tiene jefe y equipo, pero Flor es el filtro antes de que las bebidas lleguen a Micha.

La confianza del gran cocinero hacia Flor es más que evidente, y ella lo ha logrado con una fórmula que nunca falla: mucha dedicación, estudio, permanente actualización, cuidado con los detalles y ser muy disciplinada y planificada. Su 2025 ya está planificado, así pudo viajar

a Europa dos veces entre enero y febrero. La disciplina, y organización son la clave para enfrentar todas las responsabilidades que tiene a su cargo y pensar un poco en sí misma, entre ellas volver a estudiar. Hoy se encuentra siguiendo el WSET 3, una mentoría con Mariano Braga y quiere una certificación de coach, pues es trascendental en el trato con las personas.

Ser madre la obliga a tener todo 'mapeado'. Un tema a resaltar es que Flor y su esposo Juan trabajan juntos en Maido, llevando una relación 24/7. Ambos están acostumbrados a estar juntos, charlando sobre el niño, el trabajo y temas random mientras caminan rumbo al trabajo. Las fechas especiales tratan de llevarlas de la mejor manera, son buenos partners y conjugan una gran sociedad. Es algo que desde mi posición cercana a ellos puedo observar: la gran admiración y confianza que tienen el uno hacia el otro. El restaurante es como una segunda casa y tiene que ser todo muy llevadero.

Mirando hacia adelante, Flor afirma con convicción que ama el servicio, pero no se ve en él a futuro. Es cansador, demandante y está bien, pues así se logra la excelencia. Ella se proyecta trabajando en la educación y formando líderes, ayudándolos a crecer desde su espacio y que crean más en sí mismos. Así lo vivió ella, con mucho esfuerzo, con lo bueno y lo malo. Ese proyecto es en conjunto con Juan, porque ella es más impulsiva y él es el cable a tierra que analiza todos los aspectos. Sin duda una dupla ideal que llegará muy lejos.



* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin

VINO BIEN FRÍO

CLUB
EXPERIENCIA

BY CONCEPTO PLACER

VIDA MÁS CHEVERÉ

+51 914 324 987

@: CONCEPTOPLACERPERU

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

CATENA ZAPATA: ÉXITO ROTUNDO

La bodega Catena Zapata es conocida por producir vinos de altísima calidad. Aquí te dejamos sus tres etiquetas que alcanzaron los ansiados 100 puntos por el reconocido crítico internacional, James Suckling.

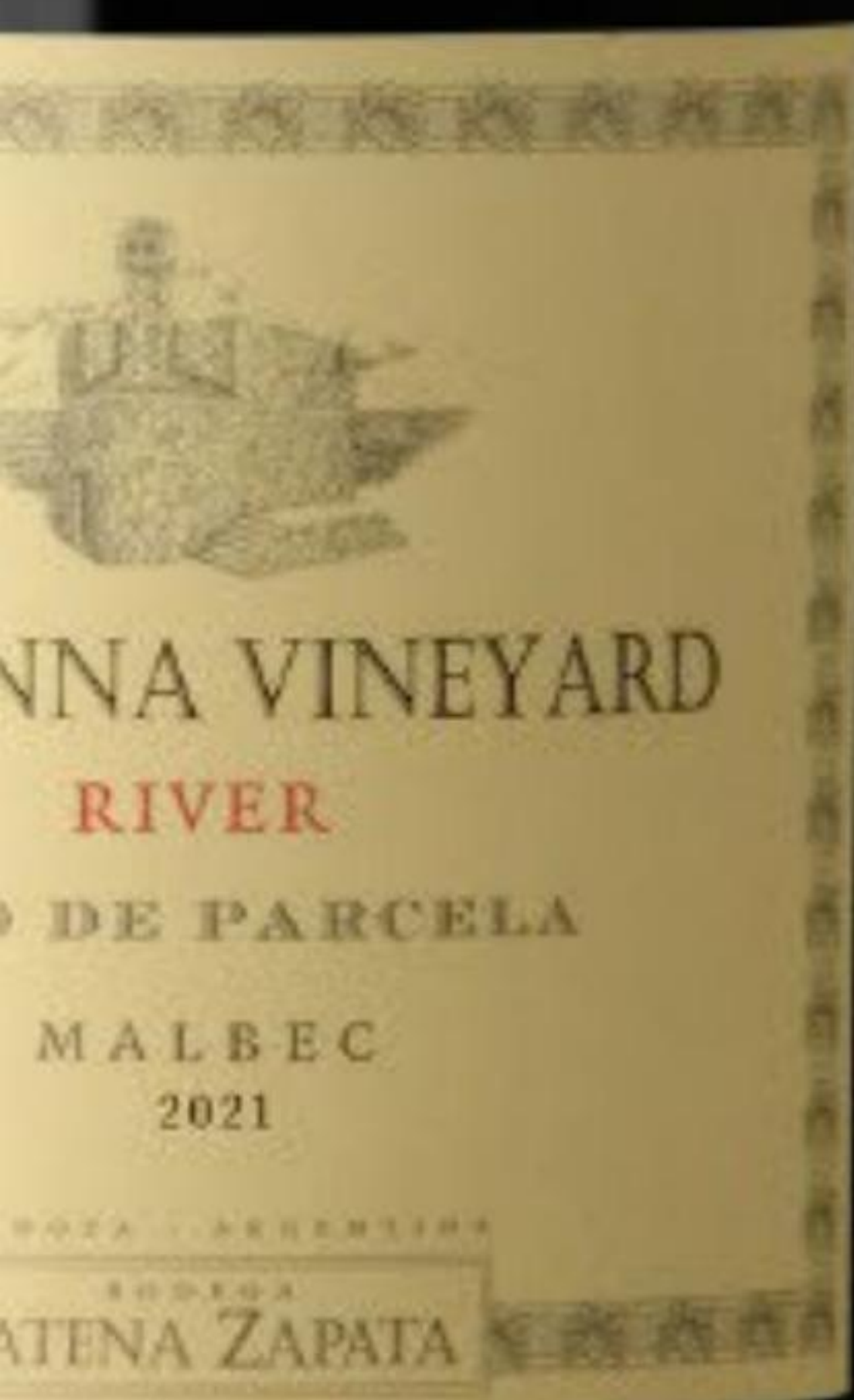
Adrianna es un vino realmente especial, y su conexión con la familia Catena Zapata lo hace aún más fascinante. Las variedades se cultivan en terrazas de suelo calizo, lo que otorga a los vinos una complejidad y una mineralidad excepcionales. Los vinos de Adrianna han sido ampliamente reconocidos a nivel mundial, y su prestigio creció principalmente gracias al trabajo de Laura Catena, quien ha liderado la investigación y el desarrollo de la vinificación en la finca, destacándose por su meticuloso enfoque en la sostenibilidad y el terroir.

El White Bones 2022 es uno de los vinos más impresionantes y prestigiosos de la línea Adrianna Vineyard, y realmente ha marcado un hito en el mundo del vino al recibir 100 puntos de James Suckling, una de las máximas distinciones que un vino puede obtener. El White Bones 2022, en particular, se distingue por su pureza, frescura y complejidad. A pesar de ser un Chardonnay, se aleja del estilo más pesado y mantecoso que a menudo caracteriza a esta variedad. En su reseña, Suckling describió el White Bones 2022 como un vino que muestra 'una perfección impresionante, con una longitud y



Robert Parker

WINE ADVOCATE



CATENA ZAPATA
ADRIANNA VINEYARD
RIVER 2021



complejidad que lo sitúan entre los mejores Chardonnays del mundo’.

El River 2021 es otro vino destacado de la bodega Catena Zapata que ha recibido una puntuación perfecta de 100 puntos por parte de James Suckling, lo que lo coloca entre los vinos más excepcionales del mundo. Este vino forma parte de la línea de vinos de alta gama de la familia Catena Zapata, que ha logrado una gran reputación internacional por producir vinos de gran calidad y precisión. El nombre River hace referencia a la influencia del río Mendoza y su sistema de riego, que desempeña un papel crucial en el desarrollo del viñedo, aportando minerales específicos a los suelos que enriquecen el sabor de las uvas.

Es un vino extremadamente bien equilibrado, con una intensidad aromática asombrosa. Tiene una gran complejidad, con notas de frutas negras maduras, como ciruelas, moras y cas-

sis, combinadas con toques de especias dulces, tabaco y notas florales. En boca se destaca por su estructura y elegancia, con taninos finos pero firmes, y una acidez vibrante que le da frescura y longevidad. Es un vino potente que no pierde la sutileza y la armonía, con un final largo y persistente. Según Suckling, tiene una ‘textura increíble’ y un ‘perfil de sabor envolvente que no se olvida’.

El Mundus 2021 es otro vino espectacular de la bodega Catena Zapata que ha recibido la codiciada puntuación 100 puntos por parte de James Suckling. Proviene específicamente de la zona de Altamira, en el Valle de Uco, a más de 1.200 metros sobre el nivel del mar. Esta ubicación permite que las uvas desarrollen una gran concentración de sabores y una acidez equilibrada, lo cual es clave para lograr la expresión pura del Malbec. El viñedo de Altamira se caracteriza por su suelo calcáreo y su microclima fresco, condiciones



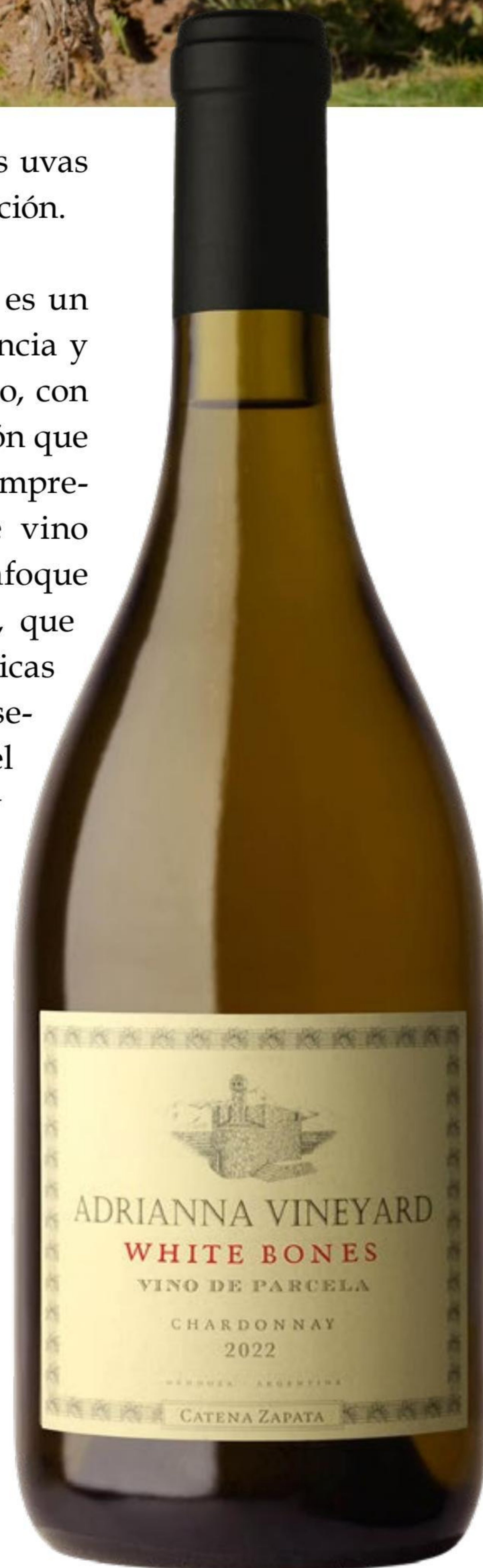


perfectas para obtener uvas de alta calidad. El nombre Mundus hace referencia a la conexión profunda con la tierra y el mundo (mundus en latín), lo que refleja la filosofía de la bodega de respetar el terroir para elaborar vinos excepcionales.

En nariz, ofrece una explosión de frutas negras maduras, como ciruelas y moras, acompañadas de notas de flores secas, especias y una ligera mineralidad que le aporta un toque distintivo. También se perciben matices sutiles de tabaco, chocolate amargo y un toque de hierbas secas, que le dan una mayor profundidad y complejidad. En boca, el Mundus 2021 tiene una estructura robusta, pero perfectamente equilibrada. Sus taninos son finos y suaves, lo que aporta una textura sedosa y agradable. A pesar de su concentración y poder, el vino mantiene una acidez fresca que le da elegancia y lo hace muy atractivo para quienes buscan un vino profundo pero armónico. El final largo y persistente re-

fleja la gran calidad de las uvas y el cuidado en su vinificación.

En palabras de Suckling, es un vino que 'resalta la elegancia y el poder' al mismo tiempo, con una capacidad de evolución que promete una longevidad impresionante en botella. Este vino es un claro reflejo del enfoque meticuloso de la bodega, que utiliza las mejores prácticas de vinificación, desde la selección de las uvas hasta el proceso de fermentación y crianza. Como con otros vinos de Catena Zapata, el Mundus 2021 ha sido cuidadosamente elaborado en barricas de roble francés de alta calidad, lo que añade sutileza y complejidad sin opacar las características naturales de las uvas. Si tienes la oportunidad de probarlo, es una verdadera joya que demuestra la maestría de Laura Catena y su equipo en Catena Zapata.



EL MOMENTO DE

Bodegas Familiares Matarromera llegó a Perú en un momento donde los vinos españoles están cada vez más en auge. Julio Pinto, Director General del grupo, presentó tres etiquetas con mayor sinergia para nuestro mercado.

Escribe: Valeria Burga

Fotos: Daniel Yong

La historia de Matarromera se remonta a 1988. Existe una zona que lleva el mismo nombre porque acoge matas de romero alrededor de los viñedos y, en general, diversas plantas aromáticas. Hoy, Bodegas Familiares Matarromera se componen de 11 bodegas que forman parte de la misma propiedad, cien por ciento familiar. Cada una tiene una marca totalmente independiente y su propio enólogo. «Hay una dirección técnica que coordina ello, lo cual depende de mí que soy el Director General. El fundador de la empresa es Carlos Moro, una persona muy conoci-



EL VINO ESPAÑOL





En palabras de Julio, lo que buscan en cada uno de sus vinos es equilibrio, amplitud de aromas y complejidad. «Aunque la etiqueta es clásica, nuestro perfil es muy intenso, con mucha fruta. En boca destaca siempre el equilibrio y la persistencia», dice.

En Rías Baixas, Galicia, trabajan albariño como insignia. «La particularidad de Viña Caeira es que resulta menos salino, menos ácido y más equilibrado que los albariño convencionales. Caeira es una palabra gallega, la cual hace referencia a un sitio inclinado y pedregoso. En general, somos clásicos porque buscamos vinos de gama muy alta», comenta. El caso de Valdelosfrailes, otra etiqueta ya disponible en nuestro país, es un clásico de

da en la industria española. Nos desmarcamos de otros proyectos porque vivimos solo de la tierra y de las uvas. Todo es viticultura propia», relata Julio Pinto.

«Perú es un país que, personalmente, me gusta mucho. No hemos tenido una presencia imponente en el mercado como en otros países y es algo que te-

níamos pendiente. Conversamos con Wine Concierge por su nueva tienda, y coincidimos con su concepto pues ellos buscan proyectos boutique como en nuestro caso», agrega. En Bodegas Familiares Matarromera le apuntan a los vinos monovarietales, ya que prefieren transmitir el terroir a través de una variedad. Además, utilizan levaduras autóctonas.





Tempranillo, la bandera de España. Sin embargo, destaca por ser elegante y muy fino. Proviene de un clima más fresco y continental. Un vino de parcela y la gama más alta de la bodega.

Usualmente no encontramos vinos de la Denominación de Origen Toro. Cyan es una de las etiquetas que ha llegado para darle un giro a nuestro consumo habitual. Va en honor a los tonos azulados de los vinos de esta zona post fermentación. «Es totalmente orgánico, compuesto de Tinta de Toro (Tempranillo). Proviene de viñedos viejos, entre 60 y 90 años de antigüedad y terrenos francoarenosos. Es la mejor zona de Toro, la cual está

más cerca de Portugal. Es un vino elegante, fino y delicado; con notas mentoladas a romero o tomillo», detalla Julio.

«También trabajamos mucho en la sostenibilidad y la descarbonización. Otro tema importante es la innovación. Por ejemplo, tenemos unos cuantos proyectos nuevos entre los que destaca el vino desalcoholizado. Sobre nuestro ingreso al mercado peruano, las expectativas son muy altas. Siento que ha llegado el momento del vino español. Venimos intentándolo hace mucho tiempo y ahora es nuestra oportunidad de la mano de nuestro distribuidor oficial G.W. Yichang», concluye.

La magia de LEYDA

La línea Reserva de Viña Leyda es ideal para acompañar la gastronomía local. Grupo Tabernero, su importador y distribuidor oficial en Perú, está impulsando su consumo en diversos restaurantes. Por ello, aprovechamos la visita de su Export Manager, Sofía Grez, para realizar algunos maridajes con Sauvignon Blanc y Pinot Noir. Más detalles en esta nota.

Escribe: Valeria Burga

En 1988 se empezaron a plantar las primeras vides en Leyda. Su magia radica en la cercanía con el mar y, a partir de ello, proporciona una mineralidad auténtica en cada una de sus etiquetas. A cuatro kilómetros del océano Pacífico, donde se presenta la corriente de Humboldt, aporta mucha frescura y permite la maduración de las variedades blancas y la Pinot Noir, una uva más compleja que necesita de temperaturas parti-

culares para madurar. «El Valle de Leyda tiene el mismo nombre que la viña por ser pionera en la zona. De hecho, la bodega es más antigua que la propia Denominación de Origen», menciona Sofía Grez, Export Manager.

«Somos la línea costera más premiada en Chile. Buscamos mostrar el terroir en cada vino, con su propio suelo y características. Tenemos tres líneas en total: Reserva, Coastal Vineyards y Lot. El año pasado lanzamos en Chi-







le, Leyda Origin, el vino ícono. Sobre nuestro packaging actual, el diseño se realizó inspirándose en una estación de tren que era muy conocida en antaño, pero que hoy ya no se usa. De allí parte la etiqueta, así como el celeste por la cercanía con el mar. Creo que la maca tiene mucho potencial en el mercado peruano, sobre todo en los maridajes locales. Ese es el sector al que le estamos apuntando», añade.

Aprovechando la visita de Sofía, decidimos realizar algunos maridajes en Zsa Zsa, restaurante del Club Suizo, donde los vinos

de Leyda brillan por sí mismos con muchas opciones del repertorio gastronómico. Empezamos con el Reserva Sauvignon Blanc. Mineralizado, expresivo y aromático. Un buqué de frutas blancas que se entrelazan con cítricos y un sutil carácter herbáceo. Crujiente y fresco por todas partes. Acompañó muy bien el Ceviche Carretillero junto al chicharrón de calamar, choclo y camote glaseado.

Otra opción que escogimos para este vino fue el Tartar de Salmón en salsa ostión, nabo y helado de palta con chips de finas hierbas.





Limpió muy bien la grasitud del salmón y se disfruta en boca de inicio a fin.

Pasamos a los fondos con el emblemático Reserva Pinot Noir que se hace en Leyda. Esta variedad se ha convertido en la obsesión de su enóloga, Viviana Navarrete, quien ha recibido múltiples reconocimientos por su trabajo con esta variedad específica. El 23% del vino pasa por barrica para mantener la esencia del terroir y sus características. Destacan sus notas predominantes de cerezas, frambuesas y arándanos, con un suave picor y un carácter herbá-

ceo. Fresco y jugoso con taninos sedosos y redondeados.

Esta sutileza en especial nos permitió maridarlo con Arroz con pato en chicha de jora y cerveza negra, junto al zapallo loche, cilantro, pierna de pato confitada y huevo de codorniz. Una genialidad también fueron los Gnocchis de papa amarilla en salsa de hongos (shiitake, porcón y champiñones) con toques de trufa y parmesano. En definitiva, los vinos de Leyda cumplen con realzar nuestra gastronomía. Date una vuelta por Zsa Zsa y averígualo tú mismo.

Club *Exper*



Experiencia



Si eres amante del buen vino y los beneficios exclusivos, Concepto Placer ha lanzado la propuesta ideal. Conversamos con Inés Pezzarinni, Gerente General, quien nos comentó los detalles de Club Experiencia, su nueva iniciativa.

¿Cómo nace la propuesta de Club Experiencia?

Nos pareció una propuesta linda y sencilla. El club es de Concepto Placer, donde distribuimos exclusivamente los productos de Romovi Wines. Hemos lanzado este club para promover sus marcas y la tienda que tenemos en Swissotel. Nosotros no trabajamos con otros productos que no sean de nuestro portfolio. Esta idea la teníamos madurando hace buen tiempo. Hicimos una alianza con Caliptra y Mariela Gutelli, donde realizamos un proceso de conocimiento y análisis para próximamente empezar el desarrollo del proyecto. Los detalles comerciales y la sinergia con las bodegas viene de parte de Robby, pero todo el paquete y la idea en sí la armamos juntos.



¿En qué consiste la membresía del Club?

El Club Experiencia cuenta con diferentes niveles de membresía, adaptados a tus preferencias. Con la adquisición de la membresía, comprando 2 botellas de la bodega del mes, te llevas 2 botellas adicionales del mismo vino sin cargo, un regalo por tu ingreso al club y todos los beneficios adicionales. Te enviamos nota con la historia de la bodega, fichas técnicas de los vinos adquiridos, video de saludo del enólogo o dueño de la bodega del mes.

¿Con qué membresías cuentan y en qué se diferencian? ¿Cuáles son los beneficios de la asociación?

Tenemos tres segmentos: Silver, Gold y Black. En todos obtienes envíos sin cargo en Lima, Miraflores, San Isidro, Surco, San Borja; descorchador de la bodega del mes de regalo; beneficios en restaurantes aliados; beneficios exclusivos: participación con descuentos en eventos de la tienda, experiencias, catas, maridajes y productos; descuentos en la Escuela Argentina de Sommeliers y descuentos exclusivos en viajes/tours a zonas vitivinícolas. La membresía Silver te otorga 20% de descuento en compra de vinos seleccionados exentos de promoción. El primer mes la bodega es Ernesto Catena Vineyards. Por ejemplo, compras dos Animal y te enviamos dos adicionales con tu compra. En abril





sigue Coloso con Trouble Maker y en mayo la bodega Sin Reglas. Son estas tres marcas para los tres niveles, sin embargo, lo que rotan son los vinos. La membresía Gold brinda 25% de descuento en compra de vinos seleccionados exentos de promoción, descorchador y polo de la bodega del mes. Por su parte, el plan Black otorga 30% de descuento en compra de vinos seleccionados exentos de promoción, descorchador, polo y dos copas de la bodega del mes.

¿Cuáles son los objetivos principales del proyecto?

Lo que queremos hacer es premiar a nuestros clientes. La asociación mínima es por tres meses. El objetivo es lograr la lealtad

de los clientes que tenemos y que siempre nos tengan mapeados. No pretendemos que solo compren nuestros vinos, pero sí pensamos que son los mejores y por eso los traemos a Perú. Queremos comunicar y darles todos los alcances a los consumidores que confían en lo que hacemos.

¿Cuáles son los pasos para acceder al Club Experiencia?

Debes realizar una compra según el nivel de membresía que desees para luego comunicar tu interés al equipo en la tienda de Swissotel o mediante los canales digitales: @conceptoplacerperu. De esta manera se activará tu membresía y comenzarás a disfrutar de todos los beneficios exclusivos.



Mood Food: En busca de la felicidad

Por Jasmine Rincón Morales*

«No hay nada como respirar profundamente después de reírse tanto. No hay nada en el mundo como un dolor de estómago por las razones correctas». Esta cita de Stephen Chbosky nos recuerda que la risa y la alegría son vitales para nuestra existencia. Pero ¿qué papel juega la comida en esta ecuación? Cada 20 de marzo, el mundo celebra el Día Internacional de la Felicidad, una ocasión perfecta para explorar la relación entre la gastronomía y nuestro estado de ánimo. Más allá del placer inmediato que proporciona un buen plato, descubrimos que la cocina tiene el poder de influir en nuestras emociones gracias a la conexión intrínseca entre nuestros intestinos, nuestro corazón y nuestro cerebro.

Desde tiempos inmemoriales, la comida ha sido un elemento central en la celebración de momentos felices. Ya sea en una reunión familiar, una cena entre amigos o una fiesta, los alimentos se convierten en símbolo de unión y bienestar. Sin embargo, la ciencia respalda esta intuición. Hoy sabemos que existe una compleja red de neuronas en nuestro intestino, a menudo llamada «el segundo cerebro», que está en constante comunicación con nuestro sistema nervioso central. Este diálogo no solo regula aspectos físicos, sino que también impacta directamente en nuestra salud mental. Alimentos que incluyen probióticos, como el yogur o el kimchi, pueden fomentar la producción de neurotransmisores como la serotonina, responsable de regular nuestro estado de ánimo.

La serotonina, en efecto, es conocida como la hormona de la felicidad. Aproximadamente el 90% de la serotonina del cuerpo se produce en el intestino, lo que establece un vínculo claro entre lo que comemos y cómo nos sentimos. Una dieta equilibrada, rica en frutas, verduras y granos integrales no solo satisface nuestras necesidades nutricionales, sino que también puede elevar nuestro estado de ánimo y ayudarnos a combatir la ansiedad y la depresión. Los expertos sugieren que ciertos alimentos, como los plátanos, el chocolate negro y los frutos secos, pueden estimular su producción, aportando así bienestar emocional.

Por otro lado, la dopamina, otro neurotransmisor clave, juega un papel crucial en el sistema de recompensa del cerebro. Cuando disfrutamos de un plato que amamos, nuestro cerebro libera dopamina, creando una sensación de placer y satisfacción. Esto explica en parte por qué ciertas comidas pueden volverse «comida reconfortante» en momentos de estrés: nos ofrecen un alivio inmediato, aunque sea temporal. La creación de sabores complejos, combinaciones innovadoras y la presentación visual de un plato pueden convertirse en un verdadero festín para los sentidos, proporcionando una experiencia que va más allá de lo físico.

Sin embargo, es importante recordar que la búsqueda de la felicidad a través de la comida debe ser equilibrada. El exceso de azúcares, grasas y alimentos ultra procesados puede llevar a un ciclo dañino, donde el placer inmediato se traduce en consecuencias adversas para la salud a largo plazo, incluso fomentando las adicciones. Así, la clave radica en cultivar una relación saludable con la comida, priorizando ingredientes frescos y nutritivos que alimenten tanto el cuerpo como el alma.

La búsqueda de la felicidad puede tener un aliado poderoso en la gastronomía. Al considerar la conexión entre nuestras neuronas intestinales, las hormonas de la felicidad y nuestras elecciones alimenticias, podemos encontrar una forma de nutrir no solo nuestro cuerpo, sino también nuestro espíritu. Este Día Internacional de la Felicidad, celebremos no solo con risas y abrazos, sino también preparando y compartiendo comidas que nos hagan sentir plenos y contentos. «No se puede pensar bien, amar bien, dormir bien, si no se ha cenado bien»



Chef & Sommelier
@thenewsommelier

CATENA

ROSÉ

de la PROVINCIA de MENDOZA

Este rosado fresco proviene de los viñedos de altura de Mendoza. Los días frescos y el intenso sol de montaña aportan frescura, aromas frutados y un delicioso sabor mineral.

92
PTS.

JAMES
SUCKLING
.COM



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Templo del WHISK

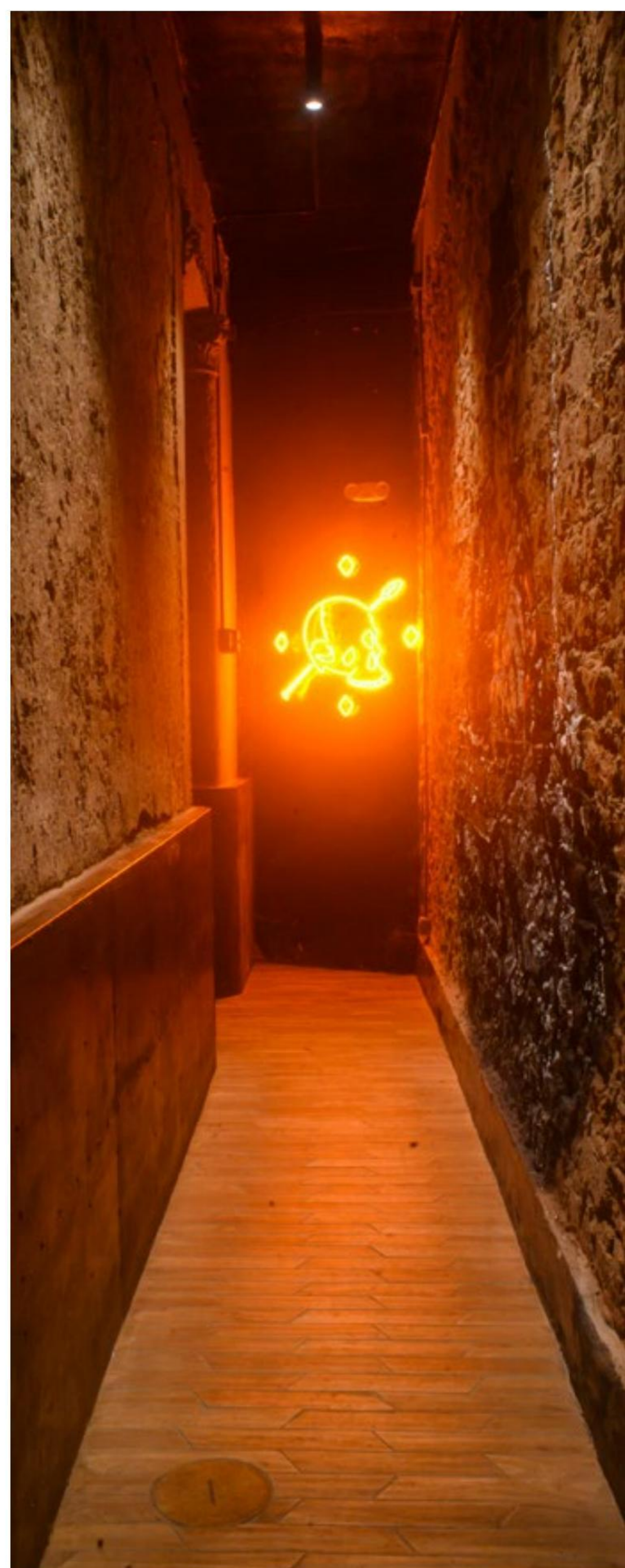


Y

Rob Roy es una apuesta única que tiene como objetivo realzar al whisky, destilado que es sinónimo de prestigio y que nunca pasa de moda. Ivan Echegaray apostó todas sus fichas en impulsar el consumo de esta bebida, pues está seguro de que existen múltiples maneras de disfrutarla. En esta segunda etapa de su bar, revela las nuevas experiencias que trae consigo.

Una casona histórica alberga el primer y único bar especializado en whisky de Lima, aquella bebida predilecta por algunos y sinónimo de prestigio, pero que para otros pasa desapercibida o desentendida. Así nace Rob Roy, una idea de Ivan Echegaray en su afán de impulsar el consumo de este destilado y comprenderlo a fondo. «Quiero enseñarle a la gente que hay mil maneras de probar el whisky», asegura. Rob Roy, en honor a un cóctel que data de finales del siglo XIX, no es solo un bar; es un destino para quienes buscan una experiencia sofisticada y única. En cada escenario, los visitantes son invitados a explorar el fascinante universo del whisky, con opciones que van desde etiquetas clásicas hasta ediciones limitadas y exclusivas.

La primera etapa del bar fue bastante gratificante. Hoy, de la mano del bar manager Miguel Perdomo, alistan una nueva era para el universo de los whiskies. «El objetivo actual es trabajar en insumos y productos peruanos, es decir, materia prima. Esto nos va a llevar a un nivel bastante so-





fisticado para la coctelería de autor. En esta aventura del primer bar que aborda el whisky como su protagonista, Ivan reconoce que ha recibido gratas sorpresas por la aceptación de su carta. Tiene bebidas con diversos perfiles: aperitivos, refrescantes, dulces, especiados. Del mismo modo, una carta de comida con una cocina inspirada en la Robata (parrilla japonesa). Es una propuesta desarrollada por el chef y amigo de la casa, Angelo Aguado, fundador del restaurante Contraste.

Por el lado de las bebidas encontramos That's Life compuesto por Singleton 12 años, Amaro Lucano, toronja rosada y ginger ale. Inspirado en Frank Sinatra, este cóctel desarrolla un perfil refrescante y dulce. Otra opción basada en la historia de Ernest





Hemingway, dulce y aromático, es The Killers (Buffalo Trace infusionado en manteca de cacao, sinsonte, cebada tostada y bitter de cacao). Si te gusta lo cítrico puedes apostar por By The Sea (Grants 12 años, kion, cítricos, albahaca, agua tónica). Por el lado herbal y especiado está Scarface (Tullamore, Gancia rosso, cynar, Luxardo Maraschino y pink Salt) inspirado en Oliver Stone. En total 12 cócteles de autor para ir descubriendo los matices particulares de cada whisky.

Los clásicos reversionados no podían faltar. Allí también hay 12 bebidas que van desde un Boulevardier hasta un Penicilin y, por supuesto, el mítico Rob Roy que es insignia de la casa. El bar también destaca por sus experiencias

denominadas Tasting Flight. Son cuatro propuestas diferentes, las cuales se dividen en Escocia, Japón, Irlanda y Estados Unidos. Cada etiqueta es un viaje que te remonta a los orígenes y al sabor de cada país. Siguiendo esta línea de experiencias, Echegaray nos cuenta que va a sumar una repisa de barricas añejadas con algunas marcas como Black Whisky, Jack Daniel's, Glenfiddich y Singleton. «El propósito es que tengamos estas barricas añejadas y salgan de manera directa al vaso con hielo que es el 'perfect serve' o incluirlo en alguno de los cócteles. Cada marca traerá su propia barrica», señala.

Otra propuesta interesante que se avecina en Rob Roy son las catas maridaje. «Las llamamos experiencias sensoriales. Escogemos tres de las 50 etiquetas exclusivas que tenemos que no existen en Lima. Las maridamos de manera casi perfecta con tres de nuestros snacks y el cuarto paso lo cierra un cóctel de autor con otra etiqueta exclusiva», revela Ivan. «Tenemos las copas Glencairn que son las clásicas de degustación, pero también las Riedel, que son para los whiskies japoneses y para algunas otras experiencias que hacemos», agrega. En Rob Roy todo está cuidado al detalle, inclusive con hielos de esferas y diamantes. Cada presentación es ideal para que el cliente se sumerja en el maravilloso mundo del whisky. Visítalos en Av. Almirante Miguel Grau 170 en Barranco de lunes a sábado (desde las 5:00 pm) y averígualo tú mismo.



Bijou

JOHN ROJAS
ESCON

Bijou es de esos bares que impactan. Vinimos a probar su nueva carta, en la que John Rojas despliega su creatividad en cada uno de los cócteles. Inspirado en la Dama de Cao y en diversos insumos peruanos, ha creado una propuesta que no pasará desapercibida en la industria. Visítalos en Calle Alcanfores 463, Int. E1. Miraflores. Recomendado.

Escribe: Valeria Burga

Ou

YA NDIDA

Hace mucho que no visitaba Bijou, el bar oculto de Miraflores al que considero uno de los mejores de la capital sin ninguna duda. Esta vez vine para probar la nueva propuesta de John Rojas que estará disponible durante todo este año y ya lleva un par de semanas dando de qué hablar. Para esta carta se inspiró en la Dama de Cao, una sacerdotisa que fue encontrada al norte de Perú (Trujillo) llena de joyas. Como Bijou significa joya, la creatividad de John se disparó para crear seis cócteles de su autoría en honor a este personaje. La primera etapa se denomina Despertar con el Soroche Fizz (herbal - fresco) y Colada Tonic (fresco - tropical). El primer cóctel sumamente complejo, con la alquimia del bartender al lograr un equilibrio



entre insumos poco convencionales. Se compone de vodka, Arkano, matcha syrup, tamarindo, limón, agua de azahar, clara de huevo y soda. Bastante fresco y con unos toques herbales para quien prefiere esta onda en los cócteles. Ideal para comenzar el recorrido en Bijou.

Seguimos con el Ritual, donde la dama se conoce a sí misma a través de las bebidas. Tenemos Arazá, un sour semi seco y Cacao-Coco Negroni, un semi seco bitter que me encantó. Siempre disfruto de las reversiones de los negronis, pero en Bijou han escalado a otro nivel con la mezcla de gin, blend de vermouth rosso infusionado en coco & Campari infusionado en cacao. Esta etapa culmina con la Celebración que se compone de Hoy Martini y

Moradita. Finalmente, un cóctel al que llamaron Ah-Qaaray que representa al destilado de agave Aqará. La Laguna Parón, que se muestra en la imagen, no define género; pero decidieron colocar a una mujer para que continúe con el hilo conductor del resto de damas. Ella sostiene al agave que es la insignia del cóctel, específicamente Rito, porque es el que más se asemeja al mezcal.

Luego viene la Experiencia Bijou. Estas son las joyas que representan a cada uno de los socios: diamante (licoroso - floral), rubí (terroso - aromático) y esmeralda (herbal - seco) con perfiles distintos. Lo mejor para mí es la parte de Prescripciones. Un listado de ocho cócteles pensados en los clásicos de siempre, pero elaborados al estilo del autor. John

realmente sorprende en este apartado, pues las sensaciones líquidas parecen los alimentos en honor a lo que fueron creados. Comenzamos con Ta-Malgarita, una bebida algo picante, pero refrescante compuesta de Tequila Don Julio Blanco, maíz, bijao, sinsonte y limón. Siguió Tu-Ron Fashioned con Ron Bacardi 8, mantequilla, anís, ajonjolí y miel de frutas. Sin embargo, el mejor de todos y, en general, de la carta entera es Tiramisú. No suelo beber whisky, menos en los cócteles. Eso John lo sabe bien, pero arriesgó con esta propuesta y acertó. La magia de Chivas 13 más el mucílago de cacao, crema de whisky, café, amaretto y haba tonka le dan un perfil dulce y amable que hace que desees repetir el cóctel toda la noche. Lo recomiendo a ciegas.



La creatividad está vigente en cada página de esta nueva carta, inclusive para hablar de los cócteles clásicos que, por supuesto, nunca pasarán de moda. En Bijou están descritos en una tabla periódica, cada uno con una leyenda que te indica los perfiles de sabor, el precio y el nombre del cóctel; así como el año en el que fueron creados. Todos ideales para ser acompañados de la carta de piqueos que, en palabras de Rojas, busca resaltar los insumos peruanos. Probé la tabla de quesos regionales peruanos de Cajamarca y Junín junto al pan focaccia y la Hamburguesa Bijou compuesta de pan artesanal de camote, hamburguesa de carne de res, queso cheddar, pickles, aros de cebolla crujiente y mayonesa ahumada, acompañada de bastones de camote frito.

Algo que me llamó la atención y no podía pasar por alto es la sección Drink for a Cause, donde hay un cóctel compuesto por Ron Flor de Caña 12, Jack Daniel's, taperibá, café, piña, maracuyá y limón. Parte de las ventas de este cóctel se destinan para apoyar albergues de perros en estado de abandono. Además, por tu compra recibirás un beneficio para tu mascota en la Veterinaria Walac. «Esta carta tiene mucho para contar. No solamente hacemos cócteles, sino que transmitimos y representamos un poco de Perú», concluye John. Date una vuelta por Bijou (Calle Alcanfores 463, Int. E1. Miraflores). Me encantó cada propuesta y sus matices. La calidad está asegurada.



Clase Maestra en Ecuador

Por Karen Alvarez Seijas

La convención de coctelería más grande de Sudamérica llega a Ecuador por primera vez. Desde su creación hace 12 años, Clase Maestra ha sido un evento destacado en Perú y Chile. Por primera vez, Ecuador será el tercer país en acoger este importante encuentro de coctelería. Como mencionan sus fundadores, Manuel Cigarrostegui y Franco Cabachi: «No pretendemos cambiar el rumbo de la coctelería, pero sí vamos a despertar a quienes lo harán». En los últimos años, la plataforma ha reunido a más de cuatro mil asistentes, incluyendo estudiantes de bar, bartenders profesionales, dueños de bares, marcas aliadas y entusiastas del mundo de las bebidas, quienes han participado en charlas, talleres y eventos con 'Guest bartenders' en bares aliados.

Esta edición se llevará a cabo en Guayaquil del 22 al 24 de abril, convirtiendo a la ciudad en el epicentro de la coctelería durante esos días. Uno de los objetivos de este encuentro es dar impulso a ciudades cuya industria del bar está en pleno proceso de crecimiento, y Guayaquil representa un ejemplo claro de este potencial emergente. A lo largo de su evolución, Clase Maestra se ha transformado en una plataforma integral que no solo exhibe las últimas innovaciones en el mundo de la coctelería, sino que también fomenta la interacción entre expertos del sector y el público general haciendo crecer a los adeptos a esta comunidad.

Los eventos de capacitación en técnicas y tendencias de coctelería están ganando cada vez más relevancia en todo el mundo, y están motivando a los profesionales del sector a alcanzar un mayor nivel de profesionalismo, creando cartas que estén acorde con las nuevas tendencias, adaptándose siempre al público de la ciudad. Esto, a su vez, contribuye a elevar y mantener viva la coctelería de la región. Andrés Oña, un referente de la industria en Ecuador, comenta sobre la evolución de este sector en el país: «Considero que Ecuador ha avanzado considerablemente en gastronomía, y la coctelería no es la excepción. Contamos con bares especializados, restaurantes que ofrecen una amplia variedad de cócteles y bartenders cada vez más capacitados y apasionados. Además, la variedad de bebidas alcohólicas que llegan al mercado impulsa el desarrollo de nuestra actividad. Los bares y bartenders están entusiasmados por participar en Clase Maestra».

En cuanto al ambiente coctelero en Guayaquil, Piter Mera, embajador de Ron Flor de Caña para Ecuador, señala lo siguiente: «La evolución comenzó en 2017, cuando llegaron al país exponentes y expertos internacionales en coctelería para dictar

talleres y charlas dando oportunidad a que bartenders de Guayaquil y otras ciudades del país asistieran. Este fue un punto de inflexión clave, ya que permitió comprender qué es la coctelería a nivel global. A partir de ahí, se realizaron los primeros eventos para la industria, y las marcas comenzaron a apoyar el crecimiento del sector con diferentes Brand Ambassadors».

Adicional a las charlas, se llevarán a cabo eventos exclusivos en bares aliados, donde bartenders internacionales invitados compartirán sus mejores cócteles. Si eres bartender o simplemente un aficionado al mundo de las bebidas, te recomiendo empezar a planear tu ruta de bares en Guayaquil, ya que habrá oportunidades únicas para disfrutar de la coctelería de alto nivel. Estos son algunos de los bares que no puedes perderte:

En Guayaquil:

- Acorde (@acorde.ec)
- Nicanor (@nicador)
- Juliana (@juliana.gye)
- Mixxo (@mixxo.bar)
- Casa Cabanna (@casacabanna.ec)

Si decides extender tu visita y dirigirte a Quito, también te sugiero visitar estos bares:

- Chosen Bar (@chosen_bar)
- Ocho Café (@ochocafeuio)
- Black Rabbit (@blackrabbitcumbaya)
- La Barra (@labarrauio)

Este evento representa un hito trascendental para la coctelería en Ecuador, consolidándose como una plataforma que no solo educa, sino que impulsa el desarrollo y la integración de la región en la escena global de la coctelería. Siguiendo el lema de Clase Maestra, «es hora de despertar a los que cambiarán el rumbo de la coctelería en el país». Este encuentro se convierte en una llamada a la acción, un momento clave para los apasionados y visionarios de la coctelería que están listos para transformar el futuro del sector en Ecuador. ¡El cambio está en marcha y tú puedes ser parte de él!



Regional Brand Ambassador@flordecana_es
@karenaseijas

Escorihuela Gascón

GRAN RESERVA

CHARDONNAY

"DESDE EL CORAZÓN DE NUESTRA FINCA EN
AGRELO NACE ESTA LÍNEA GRAN RESERVA, LA
CUAL REFLEJA LA MÁXIMA EXPRESIÓN DEL
TERROIR JUNTO A LA CALIDAD, COMPLEJIDAD Y
ELEGANCIA DE LOS VINOS ELABORADOS CON LOS
FRUTOS OBTENIDOS."



CÓCOTELES DE BARRIO

Los cócteles to go cada vez van ganando más público. Aprovechando este auge, los hermanos Luiggy y Alexis Arteaga Conislla retomaron su emprendimiento 2 Broths, con el que buscan dar otra alternativa de consumo, haciendo énfasis en educar a los barrios a través de la coctelería. En esta ocasión nos presentaron Algarrobina y Piña Colada. Los puedes adquirir vía DM en @2br0ths.

Escribe: Valeria Burga

Fotos: Jaime Cuellar

Locación: Radisson RED (@radissonredlima)





Luiggy y Alexis Arteaga Conislla se criaron toda su vida en el Callao, jugando fútbol en las pistas y con una pasión latente por la coctelería. Ambos son bartenders y tuvieron la oportunidad de compartir barra en el Country Club Lima Hotel. Durante la pandemia decidieron apostar por un emprendimiento. Así nació 2 Broths, cócteles to go con la misión de educar al barrio, para que entendieran que la buena coctelería puede llegar a todos lados. «Es un sueño del que hablábamos de niños. Vimos que distritos como San Isidro, Miraflores y Barranco se estaban saturando bastante, entonces decidimos abocarnos en los barrios. Hoy, continúo en el Bar Inglés y Alexis va a pasar a Intercontinental, sin embargo, juntos seguimos enfocados en 2 Broths», menciona Luiggy. «Cuando nos juntamos en algún evento familiar, nos excluimos un poco y empezamos a hablar de cócteles y preparaciones. Nuestra misión es culturizar al público», agrega Alexis.

Hasta el momento, 2 Broths cuenta con dos presentaciones. Una de ellas es Algarrobina que contiene pisco infusionado con ajonjolí y leche. Juntan todas las cáscaras de plátano y le colocan azúcar blanca encima. Es un óleo, pues el azúcar extrae los aceites de la cáscara. Con ese endulzante hacen algarrobina. «En Perú hay mucha gente a la que le gusta



este tipo de bebidas dulces, cremosas, con lácteos. La más feliz es mi esposa», dice Luiggy. Por su parte, la Piña Colada también se elabora con pisco, además de piña natural, piña golden, crema de coco y ligeros toques de maracuyá. «Invitamos a todos a preparar cócteles en casa, pero sabemos que hay un gran número de consumidores que prefieren la simplicidad de sacar la botella y servir el cóctel», añade.

Pronto llegarán novedades como el Negroni Chocolate, donde maceran el vermouth con el bitter de chocolate. Usan cacao, mucílago de cacao, así como bitters de naranja. También comentan que hay uno de fresa y probablemente un Pisco Punch a su estilo, pues consideran que tiene mucho potencial. Del mismo modo, los hermanos Arteaga Conislla cuentan con su empresa de catering llamada A&B Solutions. A



través de esta iniciativa desarrollan bodas, quinceañeros, cumpleaños y asesorías junto a diversas marcas que los acompañan: @artisanicecollection, @artisanzero, @delixir_pisco, @suyopisco y @finca314.

«La mentalidad de siempre estar un paso adelante y crear cosas nuevas nos permite darnos tiempo de probar y compartir entre los dos y con los demás. En el barrio las metas también se pueden cumplir. Le apuntamos a educar a través de la coctelería», concluye Alexis. Si eres fan de los cócteles to go, envíales un DM a @2br0ths. Una expresión artística coctelera que se propone llegar a todos los hogares de la capital.



A bartender with dark hair, wearing a black blazer over a white t-shirt, is focused on pouring a dark liquid from a bottle into a glass. He is using a copper funnel to guide the liquid. The background shows a bar with shelves of various glasses and bottles, illuminated with warm, golden light. In the foreground, a brown leather bottle with a label that reads "GRAN KAFKA" sits on the bar counter next to the glass being filled.

GRAN KAFKA

SE APODERA
LAS BARRA



GRAN KAFA triunfa en las pastelerías y en los mejores bares peruanos. Uno de ellos es Sayani, donde protagoniza diversos cócteles de la carta Raíces. Frank Alvarado nos presenta tres propuestas que debes probar en tu próxima visita. Toma nota.

Escribe: Valeria Burga

Fotos: Daniel Yong

Locación: Sayani (Calle Alcanfores 680, Miraflores)

IN
A
DE
AS



Inclusive, en diversas oportunidades, GRAN KAFA estuvo en las manos de grandes bartenders que participaron del World Class», nos cuenta.

Viktoria conoció a Frank Alvarado tras la barra de Astrid & Gastón en 2013. Frank, que siempre ha tenido inclinación y predilección por el producto peruano, ha empleado GRAN KAFA en Santería y ahora en Sayani, donde es Bar Manager y desarrolla toda la carta bajo su autoría. «Debemos apostar por lo que tenemos a la mano. Existen muchas variedades de café para todos los gustos y es importante resaltar su consumo. En Santería le di mucho foco a GRAN KAFA dentro de un concepto más temático ligado

En la edición anterior contamos la historia de GRAN KAFA, el licor de café que se ha apoderado de diversas pastelerías del país, pero que comenzó su camino en las barras. Viktoria Gereta, su creadora, siempre tuvo la ambición de difundirlo por todos los bares posibles. Todo comenzó cuando decidió apuntarse para un concurso de cócteles. Conversando nuevamente con ella, rememoró la historia que le dio el gran salto al éxito.

«Quería presentar el licor solo, pero me dijeron que debía estar incluido en un cóctel. Tomé clases con un amigo que también me impulsó a participar. Lo llamé el 'plum negro', pisco con GRAN KAFA al estilo del ruso negro. Era la única mujer junto a los cracks de aquella época. Gané el premio a la mejor presentación. Así empecé a hacerme conocida. Fui de barra en barra ofreciendo el producto, hasta llegar a más de 100 locales en la actualidad no solo en Lima, sino también en Cusco y Arequipa.





a lo ritual, sin embargo, aquí en Sayani el producto es el protagonista», asegura.

Antes de culminar el 2024, lanzó por todo lo alto la carta Raíces, enfocada en productos que crecen en distintos ecosistemas. Uno de ellos son los bosques amazónicos. Por eso hay un cóctel con este nombre y, por supuesto, contiene GRAN KAFA. De un perfil especiado y afrutado, se acompaña de ron, pisco albilla, plátano, amaro, cacao y café. En boca presenta ligeras notas tropicales, aunque el café resalta sobremanera. El cacao actúa como un buen complemento y lo dulce proviene del plátano. Es uno de los cócteles principales, según menciona Frank. Lo sirve junto a tres chocolates,

cada uno para maridar con las distintas sensaciones que ofrece la bebida. Una genialidad.

Probamos otro llamado Montañas, enfocado a más de 3.000 metros sobre el nivel del mar, donde el destilado, Aqará de agave, es uno de los protagonistas. El café, el mango y las notas de hoja de coca redondean la propuesta, otorgándole toques ahumados que dejan brillar a GRAN KAFA. Para el último cóctel no podía faltar un clásico. En Sayni lo hacen con cacao, un poco de cold brew y se complementa con vodka. Hablamos del Espresso Martini, mi favorito hasta el momento. Frank logra que sea único. Volveré por otro la próxima vez. Siempre con GRAN KAFA, un producto que impone calidad.

25 años de Juvé & Camps

Enrique Durández estuvo por Perú para celebrar los 25 años de Juvé & Camps en este mercado junto a su importador y distribuidor oficial, Lc Group. Desde su posición como Director de Ventas, nos cuenta más sobre esta casa de vinos espumosos que lleva 200 años produciendo cava de excelencia.

Escribe: John Santa Cruz

¿Cuánto cuesta afianzar una marca en un mercado tan gastronómico como este?

Cuesta mucho porque, cuando eres líder en un mercado, te sale rivalidad. Estamos orgullosos y muy contentos de que la familia Juvé lleva 25 años apoyando este mercado junto a Lc Group, un importador fantástico que nos apoya mucho. Seguimos manteniendo el liderazgo si hablamos de espumosos de calidad. Es una de las cavas más vendidas de este país y sumamente reconocida.







¿Con cuántas etiquetas cuentan en Perú?

Una de las más importantes es Essential Púrpura. Tenemos el Pinot Noir rosado, que es de los pocos elaborados de espumoso de cava dentro de la Denominación de Origen. También hay un proyecto muy interesante que es lanzar la gama de Finca d'Espells, nuestros vinos tranquilos. Los espumosos son vinos con una segunda fermentación y ahora vamos a sacar una nueva generación. Después quisiera recalcar que contamos con una bodega en Ribera del Duero con la marca Pagos de Anguix.

¿Cómo recomiendas experimentar los espumosos con la cocina peruana?

La comida peruana marida muy bien con la acidez y la burbuja fina de los espumosos. Siempre digo que va con todo dependiendo de la ocasión. Me gusta con Reserva La Familia, porque esta etiqueta tiene una historia.

Háblame puntualmente sobre la elaboración de esta Reserva La Familia

Reserva La Familia empezó a producirse en 1976 y fue Brut Nature el que salió al mercado. Durante ese año era el cava que tomaba la familia, sin adición de azúcar, con las uvas tradicionales autóctonas del Penedés: Xarello, Macabeo y Parellada. Entonces, cuando la familia vio la apreciación de los clientes, lo sacaron al mercado. Brut Nature, gran reserva, más de 36 meses de crianza en botella, más



las uvas autóctonas lograron el éxito de la marca de la familia Juvé. El crecimiento también es sostenido porque están explorando otras Denominaciones de Origen.

Comercialmente hablando, ¿cómo percibes el mercado peruano?

El mercado peruano es muy

atractivo. Tienen un turismo increíble que va de la mano con la extraordinaria gastronomía. Cuando me hospedo en los hoteles, me cuentan que gracias a la fuerza de la marca y al importador que tenemos, Lc Group, es que nos va tan bien. Cada vez crecemos más en Perú. Eso nos parece increíble.



Inteligencia artificial en la gastronomía sostenible

Por Rosa Bonilla*

La inteligencia artificial (IA) está revolucionando diversos sectores y la gastronomía sostenible no es una excepción. Recordemos que la sostenibilidad en la gastronomía busca minimizar el impacto ambiental, reducir el desperdicio de alimentos y promover prácticas agrícolas responsables. ¿Se pueden lograr estos objetivos con herramientas de IA? La respuesta es sí. Una de las principales aplicaciones de la IA en la gastronomía sostenible es la optimización de la cadena de suministro. Mediante el análisis de datos, la IA puede predecir la demanda de productos alimenticios, lo que permite a los proveedores y distribuidores ajustar sus inventarios y reducir el desperdicio.

Por ejemplo, empresas como IBM están utilizando la IA para crear modelos predictivos que ayudan a los agricultores a determinar el mejor momento para cosechar sus cultivos, maximizando la frescura y minimizando el desperdicio. Startups como Winnow Solutions han desarrollado sistemas que utilizan IA para monitorear y reducir el desperdicio de alimentos en las cocinas comerciales. Estos sistemas pesan los desechos y analizan los datos para identificar áreas de mejora, ayudando a los chefs a replantear sus cartas de comida.

La agricultura de precisión es otra área donde la IA está marcando la diferencia. Sensores inteligentes y drones equipados con IA pueden monitorear la salud de los cultivos en tiempo real, detectando plagas, enfermedades y deficiencias nutricionales de manera temprana. Esta información permite a los agriculto-

res tomar medidas preventivas y reducir el uso de pesticidas y fertilizantes, promoviendo una producción más sostenible.

Además, la IA está siendo utilizada para crear alternativas alimentarias sostenibles. Algoritmos de aprendizaje automático están siendo empleados para desarrollar recetas de alimentos plant-based que imitan el sabor y la textura de productos de origen. Empresas como Impossible Foods y Beyond Meat están liderando esta innovación, ofreciendo opciones más sostenibles y saludables para los consumidores. Otro ejemplo destacado es el restaurante Azurmendi en España, donde el chef Eneko Atxa ha creado un menú completamente generado con IA. Uno de los platos resultantes fue la 'espuma de coliflor con manzana y caviar de balsámico', un plato innovador, sostenible y exitoso.

Se estima que la implementación de la IA en la gestión de residuos alimentarios puede reducir el desperdicio de alimentos en un 40%. Además, el uso de IA en la agricultura de precisión puede aumentar la eficiencia del uso de recursos en un 20%. Nada menos.



Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata



Faustino

Por algo somos el GRAN RESERVA
de Rioja más vendido del mundo.



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



LIMAQ

Taberna Criolla

Gracias a la extraordinaria acogida de su propuesta gastronómica, Limaq Bar, del bartender peruano Joel Chirinos, amplía su horario y evoluciona a Limaq Taberna Moderna, ofreciendo almuerzos que destacan por el mismo cuidado y calidad que han hecho célebre su carta de cócteles de autor.

Detrás de Limaq está Joel Chirinos, ganador del premio Summum 2023 al Best Bartender y el único peruano en conquistar dos veces el prestigioso World Class (2014 y 2016). Ha trabajado en High Five, un bar habitual en la lista del 50 Best del mundo y el mejor bar de Japón según Asia 's 50 Best Bars 2019. Con una trayectoria destacada, Joel ha consolidado a Limaq como un lugar que redefine la coctelería premium en el país. A partir de ahora, también ofrecerá almuerzos, manteniendo el mismo estándar de excelencia



que caracteriza cada una de sus creaciones. Desde las 12:30 p. m., los comensales podrán disfrutar de la nueva carta de almuerzos de Limaq, diseñada como un homenaje a los sabores tradicionales de Lima, pero con un giro moderno y sofisticado.

Entre las opciones destacan los ceviches frescos que resaltan lo mejor de nuestro mar. También el Limaq Tartar compuesto por bonito del día, alioli de rocoto ahumado, palta, cushuro y crocante de tapioca. Un clásico que no pasa de moda por aquí al igual que los Langostinos al ajillo. Este es uno de los clásicos y de mis preferencias en la carta. En cuanto a los fondos, recomendamos la pizza hawachana con masa madre crocante, salchicha

huachana, piña en almíbar y arúgula. ¡Una mezcla sorprendente! Otros platos emblemáticos son el lomo saltado al estilo Limaq, arroz meloso de mariscos, chaufa amazónico y sudado de vongole. Para cerrar la experiencia, el menú incluye un postre del día como la chirimoya nitro, una propuesta que combina chirimoya en dos texturas con manjar de olla. Extraordinario.

No cabe duda de que Limaq es una oda a Lima en cada plato. Este nuevo menú es una invitación a disfrutar de los sabores de siempre, pero con un toque de sofisticación que refleja la evolución y fusión constante de nuestra querida capital. Además, no solo conserva su famosa carta de cócteles de autor, sino que tam-



bién ha incluido una selección curada de vinos premium que complementan perfectamente esta nueva experiencia gastronómica. Probar la coctelería de Joel Chirinos es imprescindible. Por ello me animé a dar un tour por las creaciones y reversiones que sostienen su variada carta.

Comenzamos con Perricholi. Este cóctel especiado se compone de Tequila Don Julio blanco, Mezcal alipus, licor de fresas, cordial de sandía, bittered sling. Ideal para los que gustan de nuevas sensaciones. Algo que me llama la atención de Limaq es la promoción que realizan hacia el pisco, nuestro destilado



de bandera. Me dejé llevar por Limapolitan, una reversión al Cosmopolitan que todos conocemos. Lleva Pisco Viñas de Oro quebranta, cordial de frambuesas y extracción de bolaina negra amazónica. También está Limaq Punch por si eres amante de los perfiles más dulces y cítricos. Se compone de Pisco Viñas de Oro Italia, reducción de piña, Pikcha, Fever tree mediterranean y aire de piña. Lo mejor de la lista es el Cominao, uno que quería probar hace tiempo. Visualmente atractivo y en el paladar no se queda atrás. Esta combinación de Pisco Viñas de Oro Acholado, cordial de maíz morado y especias junto al popcorn al nitrógeno líquido elevan totalmente la experiencia. Un dato no menor son los mocktails. Hoy, la tendencia de las

bebidas sin alcohol son igual de elaboradas. En Limaq le dieron en el clavo con ello para los que desean disfrutar sin culpas.

A partir de ahora, Limaq Taberna Moderna los espera desde las 12:30 p. m. para que disfruten de esta nueva etapa, donde seguirá creando experiencias inolvidables. Los almuerzos van de 12:30 p. m. a 5:00 p. m. (de martes a viernes) y el bar atiende de 12:30 p. m. a 11:00 p. m. (de martes a jueves). Los viernes y sábados se quedan hasta las 2:00 am. Puedes realizar tu reserva en Mesa 24/7 o al WhatsApp +51 940022868. Síguelos como @limaqbar. Fusionando tradición y modernidad en cada bocado y en cada sorbo.

A FUEGO VIVO

Tierra del Fuego lanzó su propuesta de verano y estuvimos allí para descubrir las novedades. Carolina Biggio, propietaria, nos cuenta más detalles al respecto.

Escribe: María Elena Cárdenas



En el corazón de Miraflores, específicamente en el Óvalo Gutiérrez, se encuentra Tierra del Fuego, un restaurante ideal para los amantes de las carnes y los sabores ahumados. Con una propuesta gastronómica innovadora y audaz, su cocina se define por su esencia rústica y por las técnicas tradicionales de cocción. Basada en el cilindro, las brasas y el leño, que son parte de su identidad, ofrece sabores intensos y ahumados, resaltando la calidad de cada ingrediente. La experiencia culinaria en Tierra del Fuego es única, donde el fuego es el protagonista, aportando textura, aroma y un carácter distintivo a cada plato; sobre todo en las carnes y el chanchito al cilindro que es un clásico.

El restaurante es propiedad de Carolina Biggio junto a sus socios Rafael, Eric y Fernando. Ella pone toda su pasión y expertise en el mundo de los restaurantes, hoteles





y bebidas en general. Carolina estudió en Perú y trabajó en el Hotel Meliá Lima para luego viajar a Tenerife, Islas Canarias, en un hotel y posteriormente en una agencia de viajes. A su regreso, ingresó al restaurante Las Brujas de cachiche, donde se encargaba de los eventos y de manejar el Bar Huaringas, conocido por sus Pisco Sours de frutas. Allí inició su amor por los restaurantes, bares y servicios.

He tenido la oportunidad de estar varias veces en el restaurante, pero esta vez fuimos a probar especialmente la carta denominada 'Los de temporada', donde han apostado por una propuesta basada en productos marinos. Los créditos de esta nueva carta son para David Astorga, el chef ejecutivo, quien es el creador de estos platos con las ideas que Carolina y su equipo aportaron. El resultado ha sido sorprendente, por lo

que algunos de los platos se quedarán en la carta de invierno.

Empezamos nuestra experiencia con el carpaccio de pulpo al olivo con chips de tapioca. Lograr

el punto de cocción perfecto del pulpo es un reto, sin embargo, en esta ocasión lo consiguieron. Además de la crema de olivo, el plato tiene varios ingredientes que aportan suavidad como la palta, las alcaparras acidez y el tocino la nota crujiente. Continuamos con las conchas acevichadas a la parrilla, las cuales reflejan el uso del fuego. Siempre he creído que las conchas son un ingrediente noble, capaz de brillar en cualquier preparación. Aquí, la acidez del ceviche, el sutil ahumado de la parrilla y el toque crujiente de la masa frita crearon una combinación irresistible, transformando las conchas en un verdadero manjar.

Llegó el momento del tercer plato. Crujientes por fuera, tiernos y jugosos por dentro. Así se presentan estos langostinos crocan-





tes con dúo de salsas: acevichada y ajo picante. Cada pieza es una explosión de texturas con una fritura limpia, es decir, sin rastro ni olor a aceite, y un dorado perfecto que anticipa el festín de

sabores que llega con el plato. La salsa acevichada, fresca y cítrica, despierta el paladar con su equilibrio entre acidez y cremosidad, mientras que la salsa de ajo picante añade un toque justo de intensidad que realza cada bocado. Juntas crean un contraste irresistible. Este debería ser un must para quien vaya a Tierra del Fuego.

Cerramos con el risotto marino acompañado de pulpo a la parrilla. El agua de la cocción del pulpo es utilizada para hacer el risotto. Con esto consiguen que tenga una nota marina muy sutil que conjuga con la delicadeza del plato. La coctelería también juega un papel relevante en Tierra del Fuego. Su barra ofrece desde cócteles clásicos hasta creaciones de autor. Probamos un refrescante Cherry Bourbon con Jim Beam, jugo de naranja, limón y un toque de granadina, seguido por el Tro-

pical Cuban en base a Ron Rubio, pulpa de piña golden, luxardo y jarabe de granadina; hasta llegar al delicioso Jungla de Fuego, una mezcla de Ron Rubio, licor de banana, triple sec, crema de coco y zumo de limón.

Tierra del Fuego es un restaurante que organiza eventos como Wine Time. En este espacio, los comensales pueden disfrutar de una selección ilimitada de vinos en horarios especiales mientras prueban los platos de su carta. Se pueden hacer eventos privados como catas, cumpleaños, etc. Tienen un segundo piso que se habilita para esos casos y una terraza en el tercero. Si les provoca algo con fuego, humo y leña, este restaurante los espera. Atienden de lunes a jueves de 12:30 pm a 12:00 am y viernes de 12:30 pm a 1:00 am. Los Domingos van de 12:30 pm a 5:00 pm. ¡No te pierdas de esta experiencia!





¿Por qué la historia llamó “brujas” a las mujeres cerveceras?

Por Silvia de Tomás

Si te pidieran imaginar a una bruja, es probable que la visualices con un sombrero puntiagudo, un caldero humeante, una escoba y un gato negro. Pero, ¿y si te dijera que esa imagen clásica podría tener su origen en las antiguas mujeres cerveceras? Esta conexión revela un pasado cervecero femenino y una narrativa de estigmatización y poder. En la Europa medieval, la elaboración de cerveza era una tarea femenina. Las ‘alewives’, como se les conocía en Inglaterra, elaboraban cerveza en casa y la vendían para sustentar a sus familias. Cada elemento asociado con la imagen de una bruja tenía una función práctica: el sombrero puntiagudo llamaba la atención en los mercados; la escoba indicaba que había cerveza a la venta; la olla grande servía para infundir granos y convertir almidones en azúcares fermentables. El gato alejaba a los roedores de los granos. Estas mujeres no solo elaboraban cerveza, sino que manejaban negocios y eran económicamente independientes.

Sin embargo, cuando la industria cervecera se profesionalizó, los hombres comenzaron a desplazarlas. En un contexto de superstición y control social, muchas fueron acusadas de brujería, vistas como una amenaza económica y social. La caza de brujas, que alcanzó su apogeo entre los siglos XV y XVII, se centró en mujeres independientes, parteras, curanderas y cerveceras. El *Malleus Maleficarum*, un infame manual publicado en 1487, reforzó la idea de que las mujeres que desafiaban el statu quo eran peligrosas. Las cerveceras, con su independencia económica y su conocimiento práctico, fueron blanco fácil de la estigmatización. En esa época, estas mujeres no comprendían la ciencia detrás de la fermentación. Sabían que al dejar reposar una mezcla de cereales y agua, esta burbujeaba y se transformaba en una bebida alcohólica. Usaban lo que llamaban ‘la madre de la cerveza’, un residuo de fermentaciones anteriores con levadura activa.

No fue hasta 1857, cuando Louis Pasteur descubrió que la fermentación era causada por microorganismos, que se comprendió científicamente el proceso. Este hallazgo revolucionó la industria cervecera, permitiendo un control preciso de la calidad y desmitificando un proceso que durante siglos estuvo envuelto en superstición. Si alguna vez hacer cerveza fue motivo de persecución, ¿qué significa hoy para una mujer elegir esta profesión con libertad y pasión? Creo firmemente que toda niña o mujer debe ser libre de escoger la carrera que le llene el alma, sin prejuicios ni limitaciones de género. Ser cervecera es como ser chef: ambas profesiones transforman ingredientes simples en experiencias memorables, combinando arte, técnica y pasión. Un chef diseña platos equilibrando sabores, texturas y presentaciones. Una cervecera hace lo mismo, pero en una copa. Seleccionamos ingredientes como quien elige los mejo-

res productos, proyectamos aromas y sabores con precisión, equilibrando amargor, dulzura, alcohol y cuerpo.

El color de la cerveza revela las maltas utilizadas; la espuma, como un emplatado perfecto, debe ser atractiva y persistente; la carbonatación aporta frescura, como un toque final que transforma el bocado. Investigamos, experimentamos y afinamos nuestras recetas, igual que un chef en su cocina. Pero hay un paso crucial que define la calidad final: la fermentación. Como un panadero cuida su masa madre, nosotros vigilamos la fermentación con atención y paciencia. Es un proceso vivo, donde las levaduras transforman los azúcares en alcohol y CO₂. Cuidarla es como cuidar un guiso a fuego lento, sabiendo que el tiempo y las condiciones adecuadas son clave para un resultado excepcional. Somos chefs de cerveza. Más allá de títulos como especialistas o maestras cerveceras, nuestra labor se traduce en investigación y aprendizaje constante, creando algo que une a las personas en torno a una mesa, una barra o una conversación compartida.

Hoy quiero conmemorar a todas las cerveceras del mundo que he tenido el honor de conocer. Salud por su resiliencia, su amor y esas grandes cervezas que elaboran con el mismo espíritu que siglos atrás llevó a muchas mujeres a ser injustamente llamadas brujas. Mi admiración también va para las cerveceras de la Pink Boots Society, mujeres que no solo elaboran cerveza, sino que abren camino, inspiran y transforman la industria a través de la educación. En Perú, quiero reconocer a las mujeres que están al frente de cervecerías excepcionales, demostrando que el talento no conoce límites: Delia, Caños del Santero, Limamanta, Memorias, Invictus, Vagabundos, Jack Vled, Trium, Candelaria y mi propia cervecería, Two Broders. Cada una no solo produce cerveza, sino que fermenta cambio, innovación y comunidad.

Pero la historia no termina aquí. La industria cervecera sigue evolucionando y, con ella, el papel de las mujeres que la impulsan.

¿Qué sigue? Tal vez nuevas técnicas, estilos inesperados o un liderazgo aún más visible. Lo cierto es que la cerveza, como la historia, siempre está fermentando algo nuevo. Y quizás la próxima gran revolución cervecera también lleve el sello de una mujer apasionada por este arte milenario. ¡Salud!



Jueza de Cervezas Nacional
acreditada por BJCP
@silviadetomas



INCONSCIENTE

SAUVIGNON BLANC

MERLOT ROSÉ

CRIOLLA

MALBEC



 Compra en línea en www.maderomarket.pe |  [maderomarketperu](https://www.instagram.com/maderomarketperu)

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DANINO



Emblema Criollo

La familia Queirolo se abre paso con sus piscos y vinos en diversos restaurantes de la capital. En definitiva, han encontrado a su compañero perfecto en la comida criolla. Uno de esos points es 'El rincón que no conoces'. Aquí nuestra experiencia.

*Escribe: Valeria Burga
Fotos: Daniel Yong*

El sueño de la abuela de Elena Santos era tener un espacio donde se vendieran todo tipo de dulces y postres. Por ello, su madre, Teresa Izquierdo, comenzó esta aventura culinaria con un salón de té hace 46 años atrás para ser exactos. Ella siempre estuvo ligada a la cocina. Así fue ganando un nombre entre los sibaritas de la capital. «La gente le comenzó a pedir comida criolla. Le decían que tenía el poder en las manos y que cuando las cosas son buenas, el éxito llega solo», relata Elena, quien





hoy está a cargo del restaurante. Comenzó con un plato cada día: papa rellena, papa a la huancaína, entre otras cosas ligadas a lo criollo. Y para elegir el nombre, quería algo relacionado con un rincón, una especie de huarique. Fueron saliendo diversas propuestas hasta que surgió 'El rincón que no conoces'.

«Comenzamos a ganar popularidad por el boca a boca y porque mi mamá era conocida por mucha gente, sobre todo entre los aficionados a los caballos de paso. Cuando falleció, remodelé el restaurante y emprendí este rumbo para honrar su memoria. Aquí le rindo homenaje a su vida y al talento que tenía en la cocina con un repertorio criollo que no pasa de moda». La esencia de 'El rincón que no conoces' es elaborar un plato emblemático cada día de la semana. Cuentan con una carta de aproximadamente 15 platos, pues cocinan a diario. Por el lado de las bebidas, están los clásicos del pisco: Pisco Sour, chilcanos y sus variaciones. En cuanto a los vinos, hay una selección predominante de las etiquetas peruanas, pues Elena considera que debemos impulsar el producto local y maridarlo con nuestra cocina.



Entre ellos está Intipalka de la familia Queirolo, con quienes

llevan trabajando desde hace 15 años. Por ello, los maridajes en esta ocasión fueron con su Pisco Intipalka Quebranta y el vino Intipalka Malbec. «Lo que me gusta de la marca es que promueven la tradición familiar. Considero que la calidad de sus vinos ha mejorado mucho», asegura. Comenzamos la experiencia con una causa de langostinos bañada de salsa golf, muy adaptada a las tendencias gourmet de hoy. Fue perfecto con un Pisco Sour de Quebranta, un clásico. Un pisco de buena estructura, suave, con notas a nueces y fruta pasa.

Después fue el turno de los fondos. Aquí Elena apostó por invitarnos un seco de cabrito junto al osobuco con tacu tacu. Ambos ideales para maridar con un vino Malbec que aquí en Perú no tiene pierda. Un final del vino levemente especiado. En general, equilibrado, con taninos suaves y de mucha presencia de fruta. Acompaña bien los platos criollos que hay por aquí. Si vienes a 'El rincón que no conoces', no puede faltarte el Cuarteto Criollo. La mezcla de cau cau, carapulcra, ají de pollo, frejol con seco y arroz es espectacular. Definitivamente, un point para visitar más de una vez. Los encuentras en José Bernardo Alcedo 363, Lince.



¿Concursos internacionales vs estándares peruanos?

Por Livio Pastorino Wagner*

En una conversación con el recordado Ing. Francisco Cutipé Angulo Vargas, uno de los catadores más experimentados, durante un descanso en la cata del Concurso Nacional de Pisco del 2009, me preguntó: ¿Cómo hacen esos Piscos que ganan medallas en el extranjero? ¿Cómo y quién los evalúa? Una pregunta que, sin duda, muchos nos hacemos. Para participar en cualquiera de esos eventos, hay que pagar una cuota de ingreso y también una cuota por la cantidad de muestras. Las categorías dependen del concurso. En algunos casos, mezclan los destilados de uva transparentes con los añejados, lo que, en el caso del Pisco, significa ingresarlo a una categoría que no es la correcta, porque nuestro destilado es un destilado transparente no añejado. Solo se puede evaluar con los destilados transparentes de uva. Aunque se pague, eso no garantiza que esos Piscos obtengan una medalla.

En los concursos de Perú, país del Pisco, los productores están divididos en regiones. Existen cinco regiones pisqueras con Denominación de Origen, cada una con una Asociación de Productores que organiza la recepción de muestras para enviarlas a la Comisión Nacional del Pisco (CONAPISCO), organismo encargado de la realización de estos concursos que se dividen en dos categorías. Los más importantes son el nacional y los regionales, ya que los concursos distritales se realizan únicamente en algunas zonas. Las muestras con puntajes por encima de 80 puntos pasan al concurso nacional, pagando un derecho por participar.

En Perú es donde estas evaluaciones tienen valor porque los jueces conocen el producto a la perfección. Algunos son productores, enólogos, especialistas, sumilleros con una experiencia de más de 20 años. Curiosamente, los Piscos que ganan en los concursos en el exterior no ganan aquí. En Noches de Cata, grupo al que pertenezco, hay lectores que nos han escrito cuando hemos catado Piscos

que han ganado medalla en el exterior y con nosotros no llegaron al puntaje mínimo de 80. Una cata es subjetiva, hedonística. Aparte de esto, habría que ver qué capacitación tienen esos jueces con respecto al Pisco, en cuántas horas de cata han participado. ¿Saben que contamos con ocho cepas y tres tipos de piscos? ¿Conocen el Reglamento de la Denominación de Origen Pisco? ¿Los defectos? Les aseguro que no.

Aunque los concursos internacionales contribuyen a la difusión global del Pisco, es fundamental que quienes evalúan este destilado único comprendan plenamente sus características distintivas. Esto no significa que los jueces internacionales carezcan de profesionalismo; más bien, es una invitación a profundizar en la riqueza y singularidad del Pisco para garantizar evaluaciones justas. Un paso importante sería la creación de talleres internacionales sobre el Pisco, liderados por especialistas peruanos, para asegurar que su evaluación sea acorde con los estándares de nuestra Denominación de Origen.

A veces me da la impresión de que nosotros mismos desmerecemos el trabajo de nuestros catadores de Pisco. Pareciera que los catadores en el exterior son mejores porque no son de Perú, pero la pregunta es: ¿tienen más conocimiento sobre el Pisco?

No dudo de que sean grandes profesionales y jueces probos, pero ¿dominan el tema? En Perú tenemos grandes Mojoneiros de Pisco y de Vino (como se les llamaba en el siglo XVI). Por eso, ¡pongamos las cosas en su lugar! ¡Hasta la próxima!



Sommelier, Especialista y Catador de Pisco
Registro: CRDO-PISCO 2020 RCO-034-2011
www.liviopastorino.com
@elmagozurdo

PIONEROS EN EL VALLE DE UCO

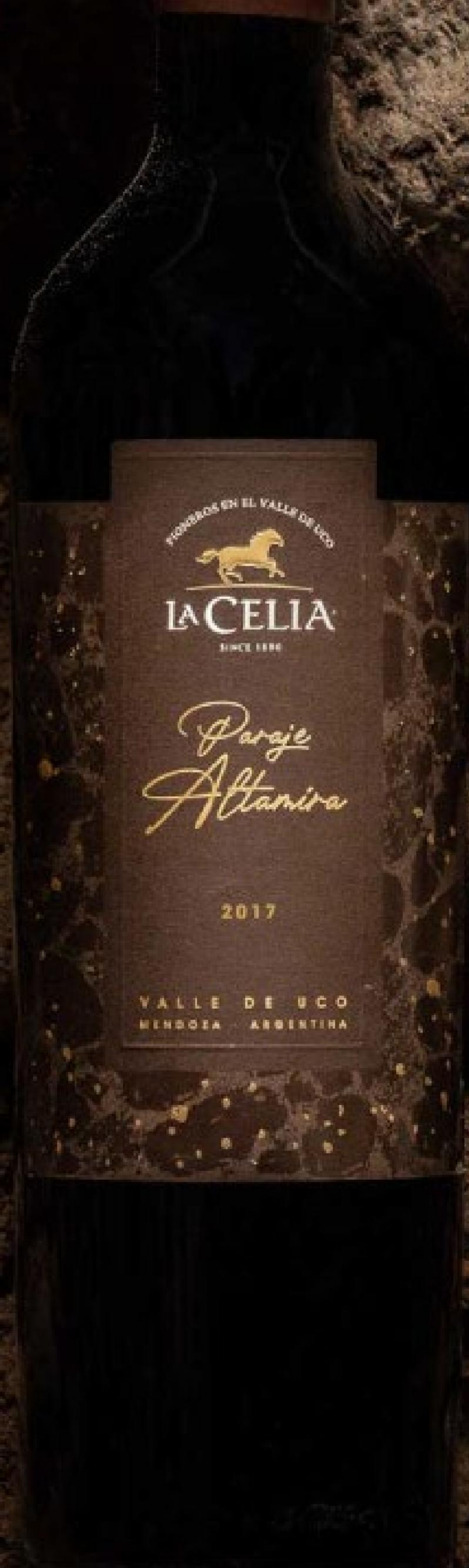


LA CELIA

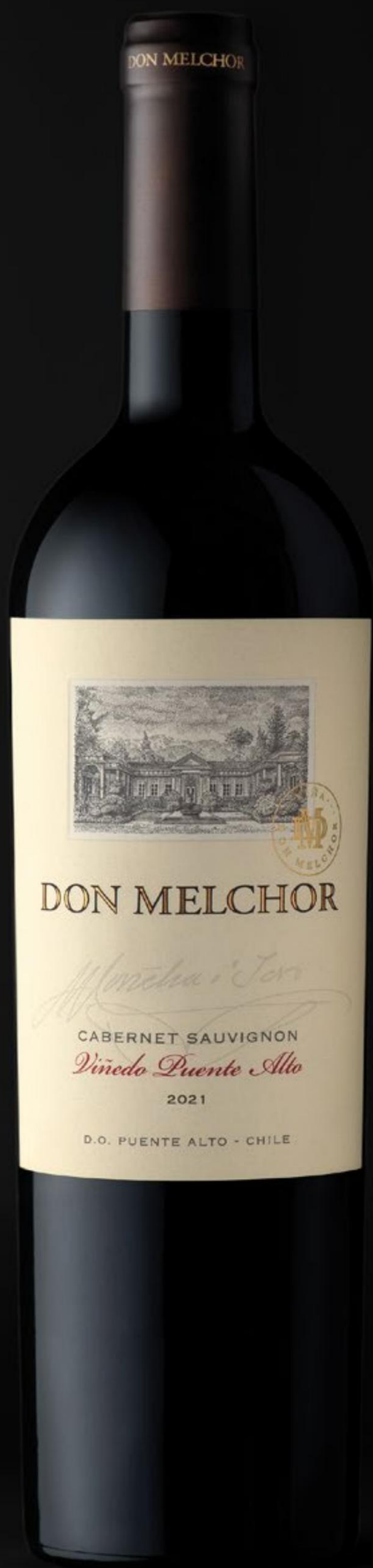
SINCE 1890

**Más de 130 años
creando vinos de
excelencia**

Importado y Distribuido por
L.C. GROUP SAC



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Viña Concha y Toro
DON MELCHOR
2021

#1

“VINO DEL AÑO”

**TOP 100 VINOS
DEL MUNDO**

Wine Spectator | 2024

VIÑA CONCHA Y TORO

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoría intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.